

**POR PUGLIA FESR – FSE 2014 – 2020**  
**ASSE X - Avviso Pubblico n. 6/FSE/2017, DGR n. 1417 del 05/09/2017 (BURP n. 107/2017)**  
**Corso ITS VII Ciclo**  
**“Tecnico superiore per il Marketing dei Prodotti Agroalimentari”**  
**(Acronimo: TE.M.PR.A)**

**Docente: Giorgio Maria Francesca**

**AREA:**

**UF: MARKETING ANALITICO**





# RUOLO, FUNZIONI E FASI DEL MARKETING

*GIORGIO Maria Francesca*

Ostuni, 8 marzo 2019



⌘ *il vero viaggio di scoperte non consiste nel cercare nuove terre ma nel possedere nuovi occhi»*

⌘ *M. Proust*





# CHE COS' E' IL MARKETING ?



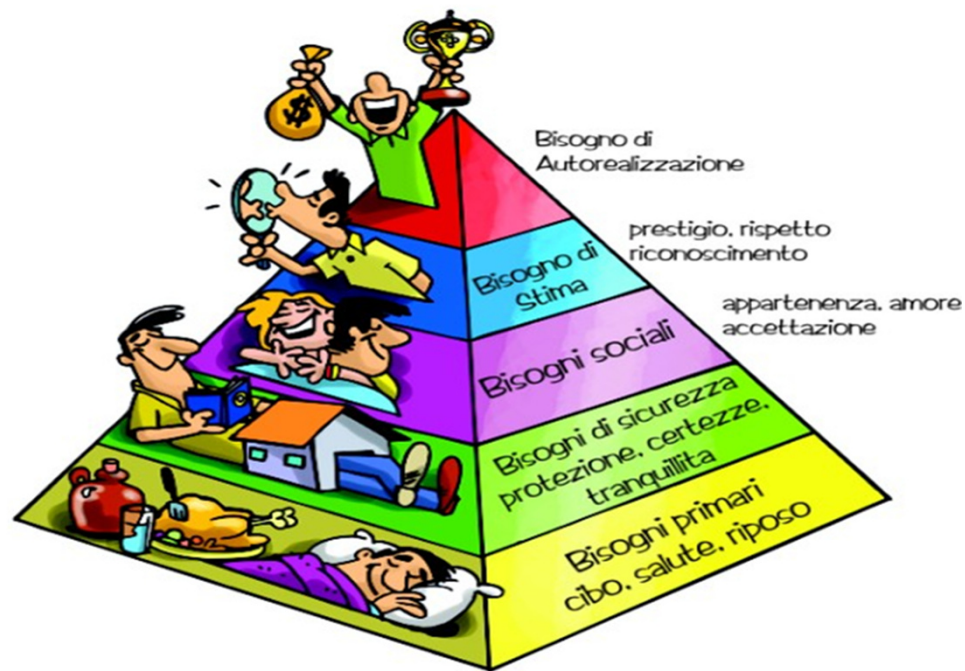
Il *marketing* può intendersi come il complesso di attività che un'azienda *pianifica, organizza e controlla*, tendente a soddisfare i bisogni di individui o di gruppi di individui o di altre organizzazioni, rendendo loro disponibili prodotti o servizi, al fine di raggiungere gli obiettivi aziendali attraverso la *soddisfazione dei consumatori*

*(Philip Kotler)*

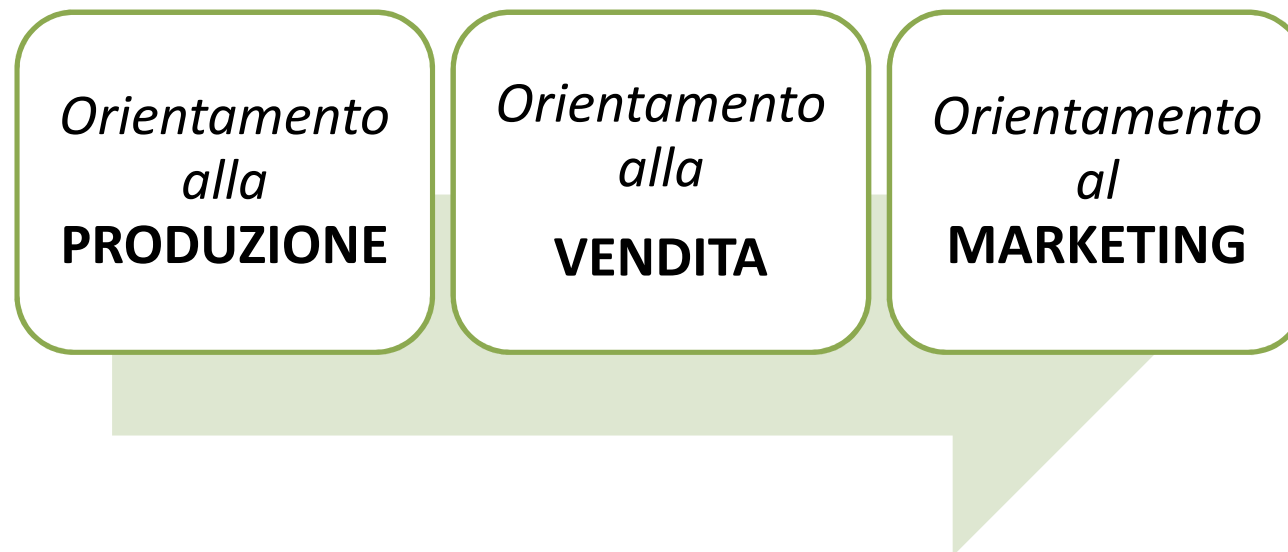


# *LA TEORIA DEI BISOGNI*

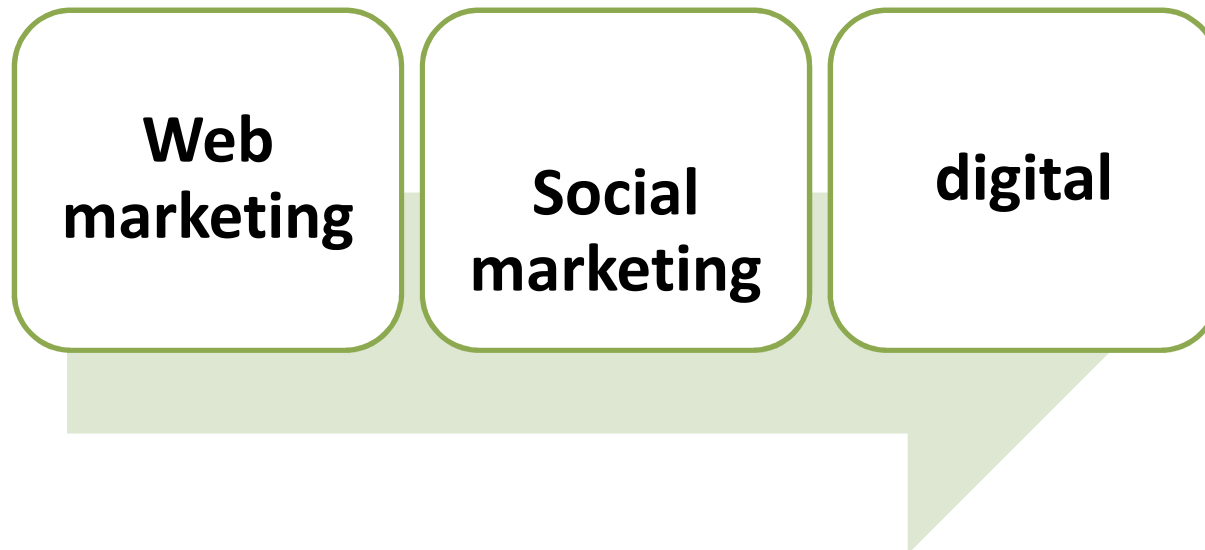
## *Piramide di Maslow*



# EVOLUZIONE DEL MARKETING

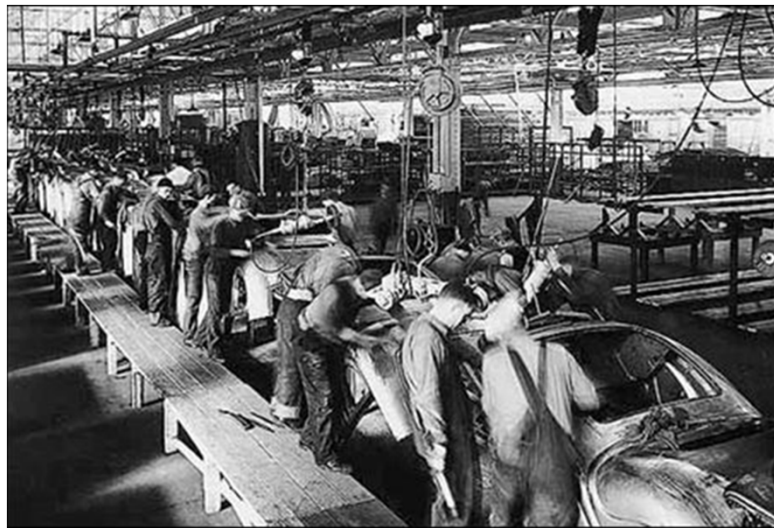


# EVOLUZIONE DEL MARKETING





# ORIENTAMENTO ALLA PRODUZIONE



# ORIENTAMENTO ALLA VENDITA



# ORIENTAMENTO AL MARKETING



## MARKETING SOCIALE

Determinare bisogni e desideri del mercato-obiettivo e procedere al loro soddisfacimento più efficacemente e più efficientemente della concorrenza secondo modalità che perseguano e rafforzino *il benessere del consumatore e della società*

(Philip Kotler)



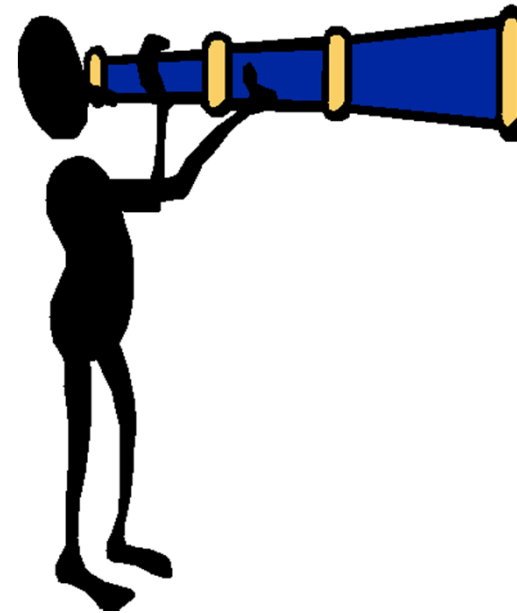
## *MARKETING OLISTICO*

Il marketing è una scienza viva, è in continua evoluzione, cambia continuamente, e la sua declinazione on line ha di fronte a sé terreni inesplorati e ricchi di potenzialità



## VISION

Il termine "VISION" (in italiano "Visione"), indica la proiezione di uno scenario che un imprenditore vuole "vedere" nel futuro e che rispecchia i suoi valori, i suoi ideali e le sue aspirazioni generali.



La Vision **non è un concetto astratto**, ma molto concreto poiché è proprio grazie alla "visione" di tanti imprenditori se oggi il mondo è pieno di innovazione, tecnologia, e nuovi prodotti sempre più avanzati. *Cosa sognano questi imprenditori per il loro futuro, per i loro prodotti, per i mercati che servono e per i loro consumatori?*

**Cosa significa progettare un'organizzazione aziendale in funzione della loro visione?**



Walt Disney VISION:  
*"Rendere felici le  
persone".*





**NOKIA** (produzione di telefonia mobile): "*Mettendo in contatto le persone noi aiutiamo il soddisfacimento di un fondamentale bisogno umano di contatti e relazioni sociali.*"

La Nokia costruisce ponti tra le persone – sia quando sono lontane che faccia-a-faccia – e colma il divario tra le persone e le informazioni di cui hanno bisogno



# HENRY FORD

(fondatore  
dell'omonima casa  
automobilistica) :

*"I cavalli dovranno  
sparire dalle nostre  
strade".*



**BILL GATES**, fondatore della Microsoft Corporation, che ha espresso nella Vision il suo sogno di imprenditore:

*"Un personal computer su ogni scrivania, e ogni computer con un software Microsoft installato"*



# MISSION

definisce il ruolo dell'azienda per attuare la Vision.

La MISSION è la strada che si vuole percorrere per realizzare la Vision e serve per definire le risorse che devono essere utilizzate per arrivare alla Vision. La MISSION dell'organizzazione deve rispondere ad alcuni elementi chiave quali:

- ✓ ***CHE COSA PRODURRE prodotto***
- ✓ ***A CHI RIVOLGERSI target***
- ✓ ***COME VENDERE strategia***



# GRAZIE PER L'ATTENZIONE

*Prossima Lezione* « AMBIENTE DI MARKETING »

