

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE DI SERVIZI

PRESENTAZIONE DEL CORSO

Contenuti del corso

- **Il corso di Economia e Gestione delle Imprese di Servizi (10 crediti) si compone di 2 moduli**
- **I modulo (5 crediti - Roberta Bocconcelli) management e marketing dei servizi**
- **Il modulo (5 crediti - Alessandro Pagano) processi innovativi e di internazionalizzazione nelle imprese di servizi; approfondimento di tre settori: consulenza, fiere, turismo.**

Modalità d'esame

- **Esame scritto (domande aperte) ed una domanda orale**
- **L'esame si conclude comunque in una giornata**

I modulo (5 crediti)

1. I concetti base

- Profili generali del settore dei servizi
- Il peso ed il ruolo del terziario nell'economia
- La prospettiva strategica dei servizi

2. Le strategie competitive ed il marketing dei servizi

- Le strategie dei servizi basate sui rapporti
- La segmentazione del mercato dei servizi
- La progettazione del sistema di offerta: il sistema di offerta incrementato
- Il ruolo del cliente nel processo di erogazione dei servizi
- L'importanza delle risorse fisiche, della tecnologia e delle risorse umane ai fini delle performance
- Il marketing applicato al contesto dei servizi. Full time e part time marketers, marketing transazionale e relazionale, marketing interno
- Il ruolo dell'immagine e della comunicazione

3. Qualità, produttività e redditività nei servizi

- La comprensione e la gestione della qualità totale nei servizi. Il modello Servqual e la customer satisfaction nel contesto dei servizi
- La produttività nei servizi
- La redditività dei rapporti di clientela

Testi di riferimento I modulo (5 crediti)

- ✓ **Gronroos Christian** (ultima edizione/2009),
Management e Marketing dei Servizi, isedi,
Torino.

Frequentanti

- Capitoli selezionati del testo comunicati a lezione
- Slides
- Materiale fornito durante le lezioni

Non Frequentanti

- Testo per intero

Contatti