**Marketing**

- Il mercato nel Marketing

- Il Marketing

- Il marketing management

- Il target -I bisogni e desideri del cliente

- Il segmento di mercato, Il nuovo consumatore, tra bisogni e desideri.

- L’imprenditore– le scelte da valutare
- Il Brand – l’importanza della propria identità
- Il brand è la costruzione della propria identità
- Il marketing Mix: prodotto – mercato -prezzo – posizionamento – promotion

- Il menu come strategia di marketing

- Piano Marketing
- Esercitazioni sulla creazione del proprio brand, analizzando il target, il posizionamento, la tipologia di servizi offerti, valutare le tipologie di promozione d’utilizzare.