

**MARKETING**: processo di pianificazione ed esecuzione delle attività di ideazione, determinazione del prezzo, promozione e distribuzione di idee, beni e servizi, al fine di creare uno scambio che soddisfi, contemporaneamente, gli obiettivi degli individui e delle organizzazioni (AMA).

Il marketing non riguarda solo le imprese/aziende, ma anche gli enti no-profit.

#### 4P:

- prodotto;
- promozione;
- prezzo;
- placement.

Le aziende si impegnano a vendere i propri prodotti/servizi (output) al target di riferimento.

Concetto di marketing:

- soddisfazione dei clienti;
- sforzo integrato;
- obiettivi allineati ai cambiamenti di mercato.

I cinque *orientamenti* del marketing management:

-produzione. Il cliente acquista qualunque prodotto purchè sia facilmente reperibile e conveniente;

-prodotto. Il cliente acquista il prodotto più all'avanguardia (better mousetrap fallacy);

-vendita. Il venditore deve essere in grado di vendere qualunque cosa al cliente;

-marketing. Quello che conta non è ciò che l'azienda vuole vendere, ma cosa il consumatore vuole acquistare;

-al sociale. Ogni impresa ha il dovere morale di tenere conto anche degli interessi della collettività.