



---

ANNO ACCADEMICO:  
2019-2020

---

INSEGNAMENTO/MODULO:

**Management e Marketing dei Servizi**

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA:

Caratterizzante

DOCENTE: Francesca Rivetti

e-mail: [francesca.rivetti@unibas.it](mailto:francesca.rivetti@unibas.it)

sito web:

telefono:

cell. di servizio (facoltativo):

Lingua di insegnamento: Italiano

---

n. CFU: 8

n. ore: 56

Sede: Potenza

Semestre: II

Dipartimento: DIMIE

CdS: Economia e Management

---

#### OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO

○ **Conoscenze:** *mediante il corso si punta a favorire l'acquisizione di conoscenze relative a principi, teorie e pratiche che caratterizzano il management ed il marketing dei servizi. Il programma è incentrato, in particolare, sulle strategie e sulle azioni operative delle imprese di servizi, nell'ottica dello sviluppo di un vantaggio competitivo mediante la valorizzazione di relazioni di lungo periodo con il cliente, l'accrescimento della qualità e della soddisfazione.*

○ **Abilità:** *lo studente dovrà saper applicare i modelli teorici oggetto di studio per affrontare le problematiche di management connesse alle imprese di servizi, in modo da sviluppare una gestione fortemente incentrata sul cliente. In particolare, dovrà saper sviluppare strategie di servizio finalizzate alla generazione di un vantaggio competitivo durevole mediante il monitoraggio di aspettative e percezioni dei clienti, chiudendo il relativo gap nonché i gap del fornitore.*

*La discussione di casi aziendali ed i seminari potranno costituire un valido supporto a tal fine, in quanto permetteranno agli studenti di misurarsi con situazioni concrete e di intercettare problematiche ricorrenti.*

○ **Conoscenza e capacità di comprensione**

*Lo studente dovrà comprendere le problematiche connesse al management ed al marketing delle imprese di servizi, con particolare riferimento a: natura dei servizi, necessità di intrecciare relazioni con i consumatori, importanza del recupero del servizio, processo di sviluppo del servizio, definizione degli standard di servizio, erogazione del servizio, elementi del supporto fisico, gestione della capacità, problematiche di comunicazione, pricing, profittabilità del servizio.*

○ **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

*Lo studente dovrà dimostrare di saper mettere in pratica le conoscenze acquisite ed utilizzare i modelli teorici di riferimento per affrontare casi concreti. A tal fine, verranno discussi casi aziendali in aula e sarà prevista la realizzazione di un project work basato sulle tematiche affrontate nel corso dei seminari.*

○ **Autonomia di giudizio**

*Lo studente dovrà essere in grado di utilizzare le conoscenze acquisite in funzione delle problematiche concernenti la gestione delle imprese di servizi, valutandole con spirito critico ed identificando le scelte più opportune per affrontarle. Lo sviluppo delle abilità di problem solving sarà favorito anche mediante la discussione ed il confronto intorno a specifici casi aziendali.*

○ **Abilità comunicative**

*Lo studente dovrà essere capace di illustrare i concetti appresi, utilizzando un lessico appropriato. Dovrà altresì essere in grado di confrontarsi proficuamente con gli altri e, in particolare, di lavorare in gruppo. Nell'ottica del*

---



---

*miglioramento delle abilità comunicative, è previsto che i project work verranno presentati dai singoli gruppi all'uditorio.*

○ **Capacità di apprendimento**

*Lo studente, avendo acquisito una base di conoscenze adeguata con riferimento al management ed al marketing dei servizi, dovrà essere in grado di continuare, anche in autonomia, il processo di apprendimento.*

---

**PREREQUISITI**

Trattandosi di un corso avanzato ricompreso nel SSD SECS-P/08, è necessario aver acquisito conoscenze di base relative alla gestione delle imprese ed al marketing.

---

**CONTENUTI DEL CORSO**

Il concetto di servizio  
I clienti delle imprese di servizi  
Il marketing relazionale  
Il recupero del servizio  
Innovazione e progettazione del servizio  
Gli standard di servizio  
Gli elementi del supporto fisico  
Erogazione ed esecuzione del servizio  
Gestione della domanda e della capacità  
Coordinamento nella comunicazione  
Pricing del servizio  
Profittabilità del servizio

---

**METODI DIDATTICI**

- Lezioni frontali;
- discussione di articoli scientifici;
- discussione di casi;
- seminari;
- project works.

---

**MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO**

La verifica dei risultati di apprendimento avviene mediante prova scritta e orale.

La valutazione finale dipenderà da: pertinenza delle risposte; visione d'insieme e capacità di utilizzare le conoscenze acquisite, che emergono anche da collegamenti tra le varie parti del programma nonché dagli esempi riportati; chiarezza espositiva ed utilizzo di un lessico appropriato e pertinente alla disciplina.

La prova scritta è strutturata in cinque domande a risposta aperta. A ciascuna risposta sono attribuiti massimo sei punti.

Alla prova scritta farà seguito un colloquio orale. Il voto finale risulterà dalla media ponderata tra il voto dello scritto (75%) e dell'orale (25%).

Gli studenti che frequentano il corso potranno svolgere un project work (in gruppi da 3-5) che, se valutato positivamente, andrà a costituire un "bonus" che si aggungerà a tale voto.

---

**TESTI DI RIFERIMENTO E DI APPROFONDIMENTO, MATERIALE DIDATTICO ON-LINE**

Testo

- Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D., Bonetti E. (2012), Marketing dei servizi, McGraw Hill, terza edizione (tutto). N.B. = casi aziendali collocati al termine del volume, box di approfondimento e casi compresi in ciascun capitolo costituiscono parte integrante del programma.
-



---

Articoli scientifici

- Lusch, R. F., Vargo, S. L., & O'brien, M. (2007). Competing through service: Insights from service-dominant logic. *Journal of Retailing*, 83(1), 5-18.
- Stevens, E., & Dimitriadis, S. (2005). Managing the new service development process: towards a systemic model. *European Journal of Marketing*, 39(1/2), 175-198.

Il materiale integrativo sarà indicato in aula dalla docente.

---

**METODI E MODALITÀ DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI**

È possibile iscriversi al corso entro due settimane dall'inizio delle lezioni. A tal fine la docente raccoglie i dati degli studenti (matricola, nome, cognome, e-mail e firma) e predispone un apposito elenco. La frequenza, comunque, non è obbligatoria.

Il ricevimento studenti e tesisti si svolge il martedì, dalle 16.30 alle 17.30, ed il mercoledì, dalle 12.30 alle 14.30, presso l'ufficio 094, edificio 2DI, del Campus di Macchia Romana a Potenza.

La docente interagisce con gli studenti anche mediante posta elettronica.

---

**DATE DI ESAME PREVISTE<sup>1</sup>**

5 febbraio 2020

25 marzo 2020

13 maggio 2020

1 luglio 2020

15 luglio 2020

25 settembre 2020

20 novembre 2020

---

**SEMINARI DI ESPERTI ESTERNI**    SI     NO

Si prevede l'organizzazione di seminari con imprenditori e manager di imprese di servizi.

---

**ALTRE INFORMAZIONI**

---

---

<sup>1</sup> Potrebbero subire variazioni: consultare la pagina web del docente o del Dipartimento/Scuola per eventuali aggiornamenti