

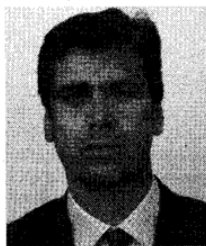
FORMAZIONE

Marketing: parte il corso Ipe

Inaugurato da Luigi Cantone, ordinario di Marketing presso la facoltà di Economia aziendale della Federico II, il terzo Corso di Marketing per studentesse universitarie organizzato dal collegio universitario Villalta dell'Ipe (Istituto per ricerche e attività educative) ente morale partenopeo specializzato nell'alta formazione nel Mezzogiorno. Si tratta di un percorso di trentasei ore di lezione, divise in nove incontri pomeridiani.

● **Monica Piscitelli**

E' inaugurato da Luigi Cantone, ordinario di Marketing presso la facoltà di Economia aziendale della Federico II, il terzo Corso di Marketing per studentesse universitarie organizzato dal Collegio universitario Villalta dell'Ipe. Si tratta di un percorso di trentasei ore di lezione, divise in nove incontri pomeridiani per introdurre studentesse universitarie nel mondo del Marketing. Obiettivo del corso è offrire i primi strumenti del marketing e guidare le studentesse nello studio dell'economia.



Luigi Cantone

Cantone ci illustra le caratteristiche del corso.

Domanda. Qual è il ruolo del marketing per l'economia della Campania?

Risposta. Il marketing nasce in seno a grandi imprese ma diventa oggi essenziale anche per le piccole e medie imprese che sono quelle presenti in larga misura in Italia e in particolare in Campania. La realtà della globalizzazione vede le imprese italiane in grande e continua competizione con quelle straniere. Spesso i marchi italiani si ritrovano a competere con marchi del tutto sconosciuti di imprese di tutto il mondo. Ci si sta rendendo conto che non basta, in questo scenario, concentrarsi solo sulla variabile prezzo, bisogna prendere in considerazione tutti gli altri aspetti che rendono competitiva una

impresa sul mercato e in questo il Marketing gioca un ruolo essenziale.

D. I nostri imprenditori lo hanno capito?

R. Sicuramente anche i campani, non tutti ovviamente, stanno cominciando ad inserire nell'impresa una opportuna politica di marketing. Si è registrato un netto miglioramento ad esempio nel settore abbigliamento e in quello vinicolo, tipico dell'economia meridionale. Sicuramente fare marketing in azienda presuppone una cultura manageriale di alto livello, si tratta di abbracciare una vera filosofia aziendale. Molte imprese in regione, anche piccole, ne stanno avvertendo il bisogno e l'utilità e lo stanno introducendo adeguandolo ovviamente alle proprie esigenze.

D. Ha senso investire nella formazione in questo settore?

R. Direi che è necessario. Fare marketing significa mettere al centro il cliente e perciò avere come obiettivo prioritario una persona con i suoi bisogni. Vale la pena investire sulla formazione di nuove leve, professionisti capaci di proiettarsi in una politica rivolta al cliente, al servizio della persona e

non soltanto del profitto dell'azienda che pur acquista grande importanza in una dinamica di sviluppo e di crescita del benessere della società. Se il corso di formazione è svolto in modo professionale, con completezza, può essere molto utile. L'ideale sarebbe riuscire ad offrire un panorama completo del marketing che tocchi sia l'aspetto accademico e teorico, sia aspetti pratici e concreti. La presentazione di casi aziendali e testimonianze può essere molto interessante da un punto di vista metodologico.

D. Quali consigli può dare agli studenti di economia sull'approccio al marketing?

R. Il marketing può offrire senza dubbio uno sbocco occupazionale. Serve innanzitutto una forte motivazione, una capacità di interagire e partecipare attivamente alla formazione, cogliendo tutte le occasioni utili. Solo se ci sarà un interesse a formarsi, il corso avrà la sua efficacia. Dall'altra parte è fondamentale lo studio personale per assimilare e fare propri i contenuti ascoltati e recepiti durante i corsi e quindi mettere in pratica ciò che si studia.