

# Syllabus

## *Descrizione corso*

<b>Titolo insegnamento</b>	Marketing B2B and Sales management
<b>Codice insegnamento</b>	25565
<b>Titolo aggiuntivo</b>	
<b>Settore Scientifico-Disciplinare</b>	SECS-P/08
<b>Lingua</b>	Inglese
<b>Corso di Studio</b>	Corso di laurea magistrale in Imprenditorialità e Innovazione
<b>Altri Corsi di Studio (mutuati)</b>	
<b>Docenti</b>	
<b>Assistente</b>	
<b>Semestre</b>	Secondo semestre
<b>Anno/i di corso</b>	1
<b>CFU</b>	6
<b>Ore didattica frontale</b>	36
<b>Ore di laboratorio</b>	-
<b>Ore di studio individuale</b>	-
<b>Ore di ricevimento previste</b>	18
<b>Sintesi contenuti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• This course provides fundamental knowledge of Business-to-Business (B2B) marketing, including customer types and product/service characteristics.</li> <li>• It covers organizational buying behavior, customer relationship management, and the strategic importance of relationship marketing.</li> <li>• Students will learn to manage and promote B2B products and services, focusing on brand building, positioning, and innovation.</li> <li>• The module also teaches essential personal selling techniques, including trust-building, needs discovery, and sales presentation planning in B2B markets.</li> </ul>
<b>Argomenti</b>	

dell'insegnamento	
Parole chiave	
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	
Obbligo di frequenza	
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	
Criteri di valutazione	
Bibliografia obbligatoria	
Bibliografia facoltativa	
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	