



## CORSO DI BRANDING 3.0: dal Marketing alla Promotion (80 Ore)

**Obiettivi:** Il corso offre agli iscritti la possibilità di acquisire le tecniche di marketing per il corretto posizionamento di *business idea* nei vari mercati di riferimento, facendo leva sui valori dettati dalle attuali logiche di mercato e consentendo di focalizzare l'attenzione sui concetti di promozione e comunicazione, utili a lanciare nuove attività o a rafforzare la presenza di quelle già in essere. L'offerta formativa, inoltre, consente di valutare come migliorare la riconoscibilità del Brand e/o il posizionamento di prodotti/servizi, attraverso l'analisi dei contesti, delle tendenze del mercato e la valutazione dei comportamenti della concorrenza.

La metodologia impiegata in aula prevede lo studio di vari casi aziendali e la pianificazione di molte esercitazioni allo scopo di fornire uno schema di lavoro efficace e puntuale per l'elaborazione di piani che, attraverso una prospettiva multi-disciplinare basata su marketing e comunicazione, consenta agli studenti di affinare le strategie di promozione vs i competitor.

### **Modulo 1 (4h teoria - 4h pratica) Marketing e Promotion: il Brand e la personalità di Marca**

Fondamenti delle principali strategie di marketing; analisi dei contesti di mercato: opportunità e minacce; modelli SWOT e modelli qualitativi; gerarchie di Marca.

### **Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) Evoluzione del marketing e della comunicazione**

Dai modelli lineari a quelli circolari; analisi della concorrenza; analisi comparativa di vari casi studio.

### **Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) Valori e Brand**

Come sono cambiati i valori aziendali negli ultimi 10 anni; L'interazione tra Aziende e Consumatori; Principi e modalità di valutazione dei bisogni e/o desideri dei potenziali consumatori.

### **Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) Fascinazione e persuasione nella comunicazione di prodotto/servizio**

Le strategie per comunicare efficacemente elementi hardware e software dei prodotti; I modelli semiotici e la costruzione del senso.

### **Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) La creatività e il marketing**

Il ruolo della comunicazione creativa nella presentazione di prodotti/servizi; Analisi delle Aziende più carismatiche.

### **Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) Comunicazione e ambiguità di marketing**

Analisi degli errori di comunicazione: studio di alcuni casi aziendali attuali; Evitare fraintendimenti grazie all'analisi dei contesti culturali e linguistici.

### **Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) Target e segmentazione**

Come suddividere i potenziali acquirenti; Teorie e tecniche della suddivisione per cluster.

#### **Abea S.r.l. con Unico Socio**

Sede Legale Via B. Quaranta 47/A – 49 20139 Milano (MI)  
Tel. +39 02 36587709 Fax +39 02 36587731 [www.abeaform.it](http://www.abeaform.it)  
C.F. P. IVA 05102840963 Cap. Soc. € 10.000 N°Rea 1797457





**Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) *Dal cliente alla strategia***

Struttura del piano di marketing e del piano di comunicazione.

**Modulo 9 (4h teoria - 4h pratica) *Brand element***

La costruzione della personalità di Marca attraverso i modelli di marketing 3.0; Etica e orientamenti di pubblico.

**Modulo 10 (8h teoria) *Moduli Obbligatori***

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori Temporanei (4h teoria)

**Abea S.r.l. con Unico Socio**

Sede Legale Via B. Quaranta 47/A – 49 20139 Milano (MI)  
Tel. +39 02 36587709 Fax +39 02 36587731 [www.abeaform.it](http://www.abeaform.it)  
C.F. P. IVA 05102840963 Cap. Soc. € 10.000 N°Rea 1797457

