Marketing Internazionale
Processi di Internazionalizzazione (80 ore)

Brand, Prodotti e Servizi

"Come creare il successo di un'Impresa all'estero"

Obiettivo: il Corso in oggetto è finalizzato all'acquisizione delle corrette condotte strategiche e operative per l'implementazione di Business Ideas in contesti esteri, dopo una valida analisi dell'ambiente di riferimento. Il corso consente di conoscere i principali approcci teorici e pratici per la promozione di nuovi Brand, Prodotti e Servizi all'estero. Consente di raggiungere una conoscenza generale dei principi che informano i processi di internazionalizzazione, legati alla necessaria valutazione delle variabili contestuali.

Modulo 1 – Teoria 6 ore + Esercitazione 2 ore

- Principi fondamentali del Marketing Internazionale
- Differenze tra Marketing Domestico ed Extradomestico: studio delle variabili contestuali
- Pianificare il Marketing, presentazione generica del Piano e visione d'insieme
- Strategie concrete e studi di caso: evitare errori

Modulo 2 – Teoria 3 ore + Esercitazione 4 ore

- Costruire e presentare buone Business Idea
- Piani aziendali: elaborazione e acquisizione del brief
- Mission, Vision e Value Proposition
- Studio di caso

Modulo 3 – Teoria 3 ore + Esercitazione 2 ore

- Avvio Fase Analitica: cominciare a comprendere l'Ambiente di riferimento
- Scelta Paese, come selezionare contesti adeguati attraverso metodologie idonee
- Studio di caso ed esercitazione pratica sul modello

Modulo 4 – Teoria 4 ore + Esercitazione 3 ore

- Fase Analitica: Comprendere e radicare le Business Ideas all'estero
- Analisi SWOT
- Studio di caso ed esercitazione pratica sul modello

Modulo 5 – Teoria 3 ore + Esercitazione 4 ore

- Il momento delle decisioni dopo l'Analisi
- Segmentazione
- Targeting
- Posizionamento
- Studio di caso ed esercitazioni sui modelli

Modulo 6 – Teoria 4 ore + Esercitazione 6 ore

- Posizionare al meglio la Business Idea, valutando Concorrenza e Fattori Esogeni
- Studio di caso ed esercitazione

Modulo 7 – Teoria 3 ore + Esercitazione 4 ore

- Il momento delle Azioni. Marketing Mix:
    1. Prodotto;
    2. Prezzo;
    3. Distribuzione;
    4. Comunicazione
- Studio di caso ed esercitazioni

Modulo 8 – Teoria 5 ore + Esercitazione 3 ore

- Prodotto: eventuale riadattamento prodotti
- Distribuzione: strategie di Placement Estero

Modulo 9 – Teoria 4 ore + Esercitazione 4 ore

- Comunicazione: strategie di Promotion

Modulo 10 – Esercitazione 5 ore

- Progettazione e pianificazione di un Piano di Marketing

Modulo 11 – Teoria 8 ore

- Salute e Sicurezza sui Luoghi di Lavoro D.lgs 81/08
- Diritti e doveri dei lavoratori temporanei