



MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO (120 ore)

Obiettivi. Aziende, Soggetti istituzionali e Gruppi sono oggi alla ricerca di figure professionali capaci di rispondere alle molteplici esigenze di un mercato in evoluzione che richiede pianificazioni strategiche adeguate.

Il percorso formativo in oggetto offre agli iscritti la possibilità di acquisire e affinare gli strumenti metodologici per la preparazione di documenti strategici, sia per la costituzione di nuove attività che per la crescita di aziende e soggetti già esistenti. L'approccio teorico, unitamente alle operazioni di marketing strategico e operativo proposte in aula, avrà lo scopo di mettere aspiranti manager, imprenditori, operatori del settore nella condizione di redigere piani di marketing, applicabili a diversi contesti. I partecipanti analizzeranno in maniera professionale i bisogni e i desideri del target. Lo studio delle metodologie di analisi, segmentazione e posizionamento consentirà di promuovere più efficacemente business idea e obiettivi aziendali. La valutazione di numerosi casi studio concreti fornirà uno schema efficace e puntuale, attraverso una prospettiva multi-disciplinare basata sullo strategic management e sulla comunicazione.

Modulo 1 (4h teoria - 4h pratica) *Il marketing: evoluzione e modelli.*

Tra economia e psicologia dei processi cognitivi: imparare ad utilizzare metodologie specifiche per trasformare i dati in operazioni strategiche.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *Impresa e pianificazione.*

Analisi di mercato e ricerca del valore.

Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) *Dall'orientamento al prodotto all'orientamento al mercato.*

Imparare a riconoscere il mercato di riferimento per definire obiettivi strategici.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *Marketing Management e obiettivi strategici.*

Aziende, consumatori e pubblico: punti di vista da concordare.

Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) *Piano di Marketing.*

Contenuti e variabili intervenienti: selezione e pianificazione dei dati significativi, focus sulle strategie derivate.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) *Missione e Visione.*

Il destino del Brand e le alleanze strategiche.

Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *Segmentazione e profilazione.*

Clients potenziali e mix integrato.

Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) *Prodotti e servizi da raccontare.*

Come comunicare in direzione di specifici target. Distintività e attrattività del Brand.

Modulo 9 (4h teoria – 4h pratica) – *Comunicazione ed empatia.*

Il cliente e le sue ragioni.

Modulo 10 (4h teoria - 4h pratica) *Stesura completa di un piano*

Analisi, Strategia e Operatività.

Modulo 11 (4h teoria - 4h pratica) *Marketing e Neuroscienze.*

Strumenti di informazione o fascinazione.

Modulo 12 (4h teoria - 4h pratica) *Scenari competitivi.*

Domanda di mercato, evoluzione e posizionamento.

Modulo 13 (4h teoria – 4 h pratica) *La catena del valore.*

Studio di caso e valutazione dei comportamenti aziendali.

Modulo 14 (4h teoria – 4 h pratica) *Marketing e Operatività.*

Dai dati all'azione. Le 4 P.



Modulo 15 (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
C.F. P.IVA 05102840963 Cap. Soc. € 10.000 N°Rea 1797457

