

CORSO DI ADDETTO UFFICIO MARKETING

Obiettivi: l'addetto ufficio marketing ha il compito di comprendere i bisogni e i desideri dei clienti e utilizzare tali informazioni per creare, gestire e condividere obiettivi di marketing e campagne di comunicazione che attirino la loro attenzione e quella degli stakeholder, incoraggiandoli a desiderare prodotti/servizi di un Brand e ad instaurare una relazione più profonda con i valori dell'azienda. Il corso in oggetto - finalizzato all'acquisizione di competenze utili alla figura - consente di affinare conoscenze analitiche, strategiche e le skill trasversali necessarie a gestire in maniera più efficace l'attività di marketing per migliorare il posizionamento di vari soggetti che operano sul mercato o nella società.

La ricerca di dati, la pianificazione di campagne pubblicitarie, la gestione dei valori sui media online e offline, le tecniche di collaborazione con il team commerciale completano l'offerta formativa.

Modulo 1 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Marketing VS vendita: l'evoluzione delle metodologie e la pianificazione delle condotte operative.

Modulo 2 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Principi di marketing e comunicazione: dal neuromarketing al neuroshopping.

Modulo 3 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Il contesto e la gestione efficace del posizionamento del prodotto/servizio.

Modulo 4 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Acquisire abilità analitiche: utilizzare i dati e prendere decisioni. Analizzare i feedback e adattare prodotti/servizi.

Modulo 5 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Target e posizionamento: quali metodologie?

Modulo 6. - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Valori aziendali e valori sociali.

Modulo 7 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Emozione e ragione: la psicologia alla base dei comportamenti di consumo.

Modulo 8 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Analisi di case study e il processo di relazione con i clienti. Lo storytelling.

Modulo 9 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Marketing e Stakeholder: la relazione con più soggetti.



Modulo 10 – 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Il pensiero creativo e l'arte di proporre nuove idee. Lo storydoing.

Modulo 11 – 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Progettazione strategica e operativa: acquisire abilità in questa direzione.

Modulo 12 – 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Nuove tecnologie digitali: opportunità per il marketing.

Modulo 13 - 4 ore (2 teoria + 2 esercitazione)

Le competenze trasversali. La comunicazione con il team interno, clienti e fornitori.

Modulo 14 – Sicurezza nei luoghi di lavoro.

Modulo 15 – Diritti e doveri dei lavoratori