

## **PROGRAMMA DEI MODULI DIDATTICI**

---

### **I. FONDAMENTI DI MARKETING**

#### ***Contenuti:***

- L'evoluzione del marketing
- Le relazioni tra strategia e marketing
- Gli oggetti del marketing
- La creazione di valore
- Le relazioni tra impresa e ambiente

### **II. IL PROCESSO DI MARKETING**

#### ***Contenuti:***

- L'analisi del consumatore: caratteristiche e comportamenti
- Lo studio della concorrenza
- Le scelte strategiche di marketing: segmentazione, targeting e posizionamento
- Le leve operative di marketing
- I nuovi strumenti del marketing operativo

### **III. NEW PRODUCT DEVELOPMENT**

#### ***Contenuti:***

- Il processo e le fasi di pianificazione di un nuovo prodotto
- Le fonti dell'innovazione di prodotto; Open innovation; Coinvolgimento dei clienti nello sviluppo di un nuovo prodotto
- La definizione e i test del concept del nuovo prodotto
- Le politiche di comunicazione per il lancio di un nuovo prodotto
- Le opportunità del web 2.0

### ***IV. DESIGN THINKING/PRODUCT DESIGN*** Introduzione al design thinking

#### ***Contenuti:***

- Gli strumenti del design thinking
- Il design dei servizi
- Innovazione tecnologica e design
- Value proposition, partnership, e modelli di ricavi

## ***V. RETAIL MARKETING***

### ***Contenuti:***

- Le formule distributive
- Multicanalità e omnicanalità
- Le scelte strategiche nella distribuzione
- Il retail marketing mix
- L'innovazione nella distribuzione

## ***VI. BRANDING E COMUNICAZIONE***

### ***Contenuti:***

- Il processo di comunicazione
- La comunicazione di marketing
- Il brand e le strategie di marca
- Gli strumenti del communication mix

## ***VII. DATA MANAGEMENT E BIG DATA***

### ***Contenuti:***

- Il sistema informativo di marketing
- Tecniche di analisi dei dati
- L'impiego dei dati nelle scelte di marketing
- Un'applicazione concreta dei dati: business game

## ***VIII. INTERNATIONAL MARKETING E MADE IN ITALY***

### ***Contenuti:***

- Fondamenti di marketing internazionale
- Il Country of Origin Effect
- Analisi di attrattività dei mercati esteri
- Il marketing internazionale tra standardizzazione e adattamento

## ***IX SALES MARKETING AND MANAGEMENT***

### ***Contenuti:***

- La gestione della rete di vendita
- Le relazioni tra sales e marketing
- Gli strumenti di controllo nelle vendite
- Innovazione e sales marketing

## ***X. DIGITAL MARKETING LABORATORY***

### ***Contenuti:***

- Gli strumenti e le competenze del Digital Marketing Specialist
- Content Marketing e Storytelling
- L'ecosistema Google dalla Search a Youtube

- ADV e Media online, formati e specifiche
- Social Network piattaforme e scenari evolutivi
- Analytics, KPI e misurazione dei risultati

### ***XI BUSINESS ENGLISH***

### ***XII BUSINESS ETHICS***

#### ***Contenuti:***

- Valore del lavoro
- Mercati e società giusta
- Utilitarismo, libertalismo e bene comune
- Principi di filosofia morale

### **XIII. Testimonianze, Job Placement & Soft Skills**

#### ***Contenuti***

- Introduzione al mondo del lavoro
- Simulazione colloqui di lavoro: colloqui motivazionali, di gruppo e viaSkype
- Team working, leadership e comunicazione
- Public speaking
- Business game e Case competition
- Contratti aziendali
- Excel avanzato
- Dress Code
- Business etiquette
- Come scrivere un curriculum vitae e una cover letter
- Autopresentazione
- Preparazione e simulazione test: logico-matematico, logica-figurale e Situational Judgement test
- Case Interview: Guesstimate, Brainteasers e Business Case Interview
- Autovalutazione delle competenze
- Theatre Lab

### **Verifiche dell'apprendimento, lavori di gruppo e studio individuale**

### **XIV Project work**