

Executive Master

MASTER in MARKETING MANAGEMENT

Strategy, Digital & Sales

On Demand

ON DEMAND - Programma Dettagliato delle Lezioni

Modulo: BUSINESS FUNDAMENTALS

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E LA FUNZIONE MARKETING INSIEME ALLE ALTRE DIREZIONI

Lezione 1

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte I)

- Cos'è l'Organizzazione Aziendale
- Modelli di Organizzazione
- Evoluzione delle organizzazioni
- La struttura organizzativa e l'organigramma

Lezione 2

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte II)

- Progettazione organizzativa
- La funzione Marketing e le altre direzioni

Lezione 3

BUSINESS PLAN

- La funzione del business plan
- Le componenti del business plan
- Il pitching del business plan

Lezione 4

BUSINESS MODEL

- La metodologia "Lean startup"
- Business model canvas
- Esercitazione

Modulo: MARKETING STRATEGICO

SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Lezione 5

PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- Il piano strategico di marketing
- L'ambiente di marketing
- Il marketing socialmente responsabile

Lezione 6

SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO

- Variabili di segmentazione
- Valutazione e selezione dei segmenti di mercato
- Il vantaggio competitivo
- Le strategie competitive

Lezione 7

COMPORAMENTO DEL CONSUMATORE

- Orientamento al mercato
- Comportamento d'acquisto del consumatore
- Il processo decisionale del consumatore
- Case study

Lezione 8

RICERCHE DI MERCATO

- Ricerche di mercato qualitative
- Ricerche di mercato quantitative
- Analisi dei dati
- Esercitazione: Ricerca di mercato

Modulo: MARKETING OPERATIVO

PRODOTTO, STRATEGIE DI PREZZO E DI PROMOZIONE

Lezione 9

IL PRODOTTO (Parte I)

- Gestione dell'innovazione
- Sviluppo di un nuovo prodotto
- Ciclo di vita del prodotto
- L'adozione di un nuovo prodotto

Lezione 10

IL PRODOTTO (Parte II)

- L'identità di marca
- Lo sviluppo della marca
- La gestione della marca
- Esercitazione

Lezione 11

IL PREZZO

- Le strategie di prezzo
- Customer value-based pricing
- Cost-based pricing
- Competition-based Pricing
- Yield management

Lezione 12

PUBBLICITA' E PROMOZIONE

- Pubblicità
- Promozione
- Pubbliche relazioni

Modulo: DISTRIBUZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI

RETAIL MANAGEMENT E LA GESTIONE DEI SERVIZI

Lezione 13

DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte I)

- Luxury Marketing
- Modelli distributivi
- Pianificazione strategica nel retail
- Web retailing

Lezione 14

DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte II)

- Raccolta delle informazioni
- Costruire una relazione con i clienti
- Analisi della trading area
- Visual merchandising

Lezione 15

LA GESTIONE DEI SERVIZI

- Caratteristiche dei servizi
- Disegno dei servizi
- Qualità dei servizi
- Esercitazione

Lezione 16

IL MARKETING ESPERIENZIALE

- Dal prodotto all'esperienza di consumo
- Tipi di esperienze
- Marketing sensoriale
- Case study

Modulo: SALES MANAGEMENT

LA FUNZIONE COMMERCIALE: PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLA RETE DI VENDITA

Lezione 17

LA FUNZIONE COMMERCIALE

- Le figure commerciali
- il ruolo del key account manager
- Le competenze del key account manager

Lezione 18

LA GESTIONE STRATEGICA DELLA VENDITA

- Tipologie di cliente
- Obiettivi di fatturato
- Necessità di assortimento
- Le esigenze promozionali

Lezione 19

LA GESTIONE DELLA FORZA VENDITA (Parte I)

- La costruzione della rete commerciale
- La supervisione dell'organizzazione di vendita e dei capi area
- La scelta e la selezione dei venditori

Lezione 20

LA GESTIONE DELLA FORZA VENDITA (Parte II)

- La gestione del gruppo
- La costruzione dei meccanismi d'incentivazione
- La valutazione della performance professionale e della produttività
- Casi reali

Lezione 21

LA PIANIFICAZIONE E IL CONTROLLO DELLA RETE DI VENDITA

- Costruzione della rete di vendita
- La selezione e gestione delle risorse umane
- L'organizzazione della forza vendita

Lezione 22

LE ANALISI DI VENDITA

- Pianificazione e controllo delle vendite
- Previsioni di vendita e sviluppo del budget
- Analisi della redditività e degli scostamenti

Lezione 23

IL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (Parte I)

- Servizi commerciali per la customer satisfaction
- Customer Relationship Management (CRM).
- Monitoraggio dei livelli di soddisfazione

Lezione 24

IL CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (Parte II)

- Segmentazione dei servizi al cliente
- Tecniche di fidelizzazione del cliente e di customer retention
- L'immagine dell'impresa e dei suoi prodotti
- Casi reali

Modulo: SOFT SKILL PER LA VENDITA

COMUNICAZIONE EFFICACE E NEGOZIAZIONE NELLE TRATTATIVE DI VENDITA

Lezione 25

COMUNICAZIONE EFFICACE

- Stile comunicativo
- Tecniche di comunicazione
- Comunicazione scritta
- Comunicazione telefonica

Lezione 26

PSICOLOGIA DELLA VENDITA

- Psicologia della vendita
- Il processo di vendita
- Tecniche di argomentazione persuasiva
- Gestire i bisogni e le aspettative del cliente

Lezione 27

NEGOZIAZIONE E TRATTATIVA DI VENDITA (Parte I)

- Processo negoziale
- Tecniche di negoziazione
- Trattativa commerciale
- Preparazione della vendita
- Contatto
- Creare confidenza
- L'acquisizione del cliente

Lezione 28

NEGOZIAZIONE E TRATTATIVA DI VENDITA (Parte II)

- Tecniche di chiusura della vendita
- Superare le obiezioni
- Porre le giuste domande

- Fattori critici di successo

Modulo: WEB MARKETING ED E-COMMERCE

PIANIFICARE LA STRATEGIA DIGITALE E GESTIRE L'E-COMMERCE E/O IL MARKET PLACE

Lezione 29

DIGITAL STRATEGY (Parte I)

- Principi di digital marketing
- Strategia di digital marketing

Lezione 30

DIGITAL STRATEGY (Parte II)

- La *customer journey*
- Il piano di comunicazione
- Casi reali

Lezione 31

PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte I)

- L'analisi del mercato online
- Le *customer personas*

Lezione 32

PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte II)

- Come sviluppare le personas
- Esercitazione

Lezione 33

LA SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

- Il posizionamento su Google
- La *Search Engine Optimization*

Lezione 34

SEM - SEARCH ENGINE MARKETING

- Gli strumenti Google al servizio del marketing
- *Google AdWords and AdSense*
- Il monitoraggio e l'ottimizzazione delle campagne tramite *Google Analytics*

Lezione 35

E-MAIL MARKETING

- Il *Direct Email Marketing*
- Valutare l'efficacia di una campagna DEM
- I principali strumenti a supporto

Lezione 36

CONTENT MARKETING

- Il content marketing
- Tipologie di contenuti
- Blogging

Lezione 37

E-COMMERCE

- Tipologie e modelli di e-commerce
- Gli elementi di un e-commerce di successo

- Il mobile marketing

Lezione 38

LA GESTIONE DEL MARKET PLACE

- I canali marketplace (Amazon, ebay, Alibaba, ecc.)
- La gestione dei prodotti e le promozioni
- Gli strumenti essenziali per la gestione del marketplace

Modulo: SOCIAL MEDIA MARKETING

SOCIAL MEDIA STRATEGY E MANAGEMENT

Lezione 39

SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte I)

- La comunicazione sui social e lo storytelling
- Caratteristiche dei social e principali differenze

Lezione 40

SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte II)

- Tipologie di profilo
- Analisi degli utenti e dei target
- Come leggere le statistiche
- Tipologie di contenuti
- Come utilizzare i contenuti sponsorizzati
- La Customer Experience
- La gestione della community

Per esigenze di natura organizzativa e didattica, la Scuola si riserva la facoltà di rinviare, di modificare, così come di spostare le date delle lezioni rispetto al calendario inizialmente prestabilito. Inoltre, si riserva il diritto di modificare in ogni momento i contenuti, dei programmi ed il corpo docente al fine di perseguire miglioramenti didattici in linea con i cambiamenti di mercato e le subentranti esigenze organizzative.