



Corso per **Marketing, Comunicazione e Vendita**

Durata: 200 ore
Attestazione finale:
dichiarazione degli apprendimenti



SCHEDA TECNICA

Il corso mira a fornire ai partecipanti gli strumenti per gestire in maniera strutturata i vari processi di vendita. Fornisce un modello di sales management che consente di strutturare in modo logico e sintetico i più importanti strumenti, necessari per organizzare e gestire professionalmente e con successo i processi di vendita e le risorse che li animano.

● Struttura del percorso e contenuti formativi

Modulo 1 - marketing (60 ore):

- il marketing nell'era moderna;
- la vision l'analisi di mercato;
- l'analisi della concorrenza;
- l'analisi s.w.o.t;
- segmentazione e targeting;
- differenziazione e posizionamento;
- marketing mix;
- le politiche di canale;
- la comunicazione integrata di marketing;
- le politiche di prezzo;
- le azioni promozionali;
- il crm social media marketing.

Corso per **Marketing, Comunicazione e Vendita**



● **Struttura del percorso e contenuti formativi**

Modulo 2 - trade marketing (30 ore):

- le reti distributive;
- la gestione della multicanalità;
- la strategia di sviluppo dell'offerta e sviluppo dei canali;
- il portafoglio canale/cliente e la score card di canale;
- le aree di conflitto/collaborazione con i partner commerciali e la loro gestione.

Modulo 3 - tecniche di vendita (40 ore)

Modulo 4 - ricerca di marketing e di mercato (30 ore):

- l'utilizzo delle ricerche in azienda, dagli obiettivi dell'azienda all'individuazione della metodologia appropriata;
- le ricerche quantitative, qualitative e motivazionali;
- consumer panel;
- product test, market test, advertising test;
- come interpretare i risultati;
- case history.

Modulo 5 - comunicazione aziendale (40 ore):

- aree e obiettivi della comunicazione in azienda;
- il Brand e la Comunicazione integrata di Marketing;
- gli strumenti e gli obiettivi;
- il piano della comunicazione e la sua gestione;
- pubblicità e gestione del piano pubblicitario, direct marketing e promozione delle vendite.

Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti

Al termine del percorso formativo verrà realizzata una prova finale consistente in un test di verifica finale.

Fabbisogno Occupazionale

Le prospettive occupazionali e le possibilità di carriera, orizzontali e verticali, sono buone. Si sottolinea infatti che, proprio per il carattere di trasversalità che la caratterizza, la figura professionale presenta buone opportunità di trasferibilità da un settore economico ad un altro.

