

CORSO A CATALOGO 2011

Dettaglio corso

ID:	7935
Titolo corso:	Esperto di marketing e comunicazione
Tipologia corso:	Corsi di specializzazione
Costo totale del corso a persona (EURO):	3.200,00
Organismo di formazione:	Istituto di Ricerche Sociali, Economiche e Ambientali - I.R.S.E.A.

Caratteristiche del percorso formativo

Area tematica: Marketing e commerciale

Settore/i:

- Altre attività di servizi
- Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione
- Servizi di informazione e comunicazione
- Attività professionali, scientifiche e tecniche
- Noleggio, agenzie di viaggio, servizio di supporto alle imprese
- Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli > Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)
- Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli > Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)

Obiettivi: Il percorso si pone il fine di rispondere ai fabbisogni di molte aziende del territorio le quali, molto spesso, si rivolgono a consulenti esterni per l'elaborazione di piani di marketing e comunicazione e lamentano la mancanza di una figura professionale capace di:

- promuovere e diffondere l'identità dell'impresa attraverso i mezzi d'informazione di pubblicità
- rendere operativi i piani di marketing
- organizzare tecnicamente piani di comunicazione
- rendere operative le strategie aziendali

Risultati attesi:

Al termine del percorso gli allievi sapranno:

- scegliere i canali d'informazione più idonei a trasmettere la notizia
- curare i rapporti con le aziende, con le istituzioni pubbliche e con gli enti locali
- organizzare e coordinare tutte le attività destinate a pubblicizzare e promuovere il marchio, i prodotti o i servizi dell'azienda
- progettare la campagna pubblicitaria e curarne l'esecuzione operativa
- valutare i budget destinati al settore della comunicazione
- mettere a punto i brief
- elaborare con l'imprenditore piani di sviluppo coerenti alla vocazione produttiva delle P.M.I.
- utilizzare i moderni strumenti telematici e multimediali deputati alla raccolta, al monitoraggio, nonché all'utilizzo delle informazioni relative all'andamento dei mercati e alle moderne tecniche di commercializzazione
- comunicare professionalmente con i clienti
- raccogliere informazioni previsionali e consuntive relative all'attività aziendale sulla base delle quali elaborare, in raccordo con l'imprenditore, piani di sviluppo commerciale "in rete".

Modalità di valutazione competenze in uscita:

Le competenze degli allievi saranno valutate in itinere al percorso mediante la somministrazione, al termine di ciascun modulo" del "questionario/test a risposta multipla" e la termine del percorso mediante il "questionario multidisciplinare"

Caratteristiche dei destinatari

Titolo di studio minimo per l'accesso al corso:	Diploma di maturità e scuola superiore
Gruppi di corsi di laurea:	(Non compilato)
Altri requisiti in ingresso:	(Non compilato)

Altre informazioni

Durata totale:	160 Ore	
Ore attività formazione in aula:	110	(corrispondente al 68,75 %)
Ore attività FAD:	50	(corrispondente al 31,25 %)
Ore attività Outdoor:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Ore attività stage/project work:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Ore attività visite guidate:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Contenuti FAD:	La formazione a distanza sarà di supporto alle tematiche affrontate in aula. Alla luce di quanto innanzi, ciascun allievo potrà scegliere liberamente quali contenuti approfondire in tema di marketing, comunicazione	
Specifiche tecniche attività FAD:	Per la realizzazione della FAD l'IRSEA si avvarrà di un portale personalizzato che resterà per un anno in uso ai partecipanti e che permetterà di estendere il processo formativo oltre il trasferimento di contenuti, puntando sul massimo coinvolgimento degli allievi, sulla loro partecipazione attiva ed esperienziale. Il tutto con modalità e-learning la quale rappresenta oggi una risposta concreta alla domanda di formazione continua di un pubblico adulto e spesso già inserito nel mondo del lavoro.	
Presenza Tutor per l'attività di FAD:	La formazione a distanza sarà seguita dal tutor il quale ha il compito di rispondere ai quesiti ed alle richieste di chiarimento su chat, forum ed e-mail, di prestare attenzione ai feedback degli allievi e suggerire eventuali aggiornamenti dei materiali. La sua presenza on line sarà comunicata agli allievi mediante un calendario e sarà monitorato dalla piattaforma.	
Note su attività:	(Non compilato)	
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza	
Note attestazione:	Al termine del percorso, previo superamento dell'esame finale, agli allievi sarà rilasciato l'attestato di specializzazione	
Prove selettive / ammissibilità?:	Si	
Parte dell'attività svolta altrove:	No	
Durata dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)	
Motivazione:	(Non compilato)	
Sede dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)	

Moduli didattici

Moduli Didattici - Corso ID: 7935 - Esperto di marketing e comunicazione

Dati principali modulo didattico

Titolo: Orientamento

Contenuto:	<ul style="list-style-type: none"> • presentazione, motivazioni ed aspettative; • acquisizione e perseguimento di obiettivi prestabiliti, dei progetti formativi, realizzazione del portfolio di competenze; • il sé, l'immagine di sé, l'autostima, il concetto d'identità; • l'empatia; • l'essenza delle competenze; • analisi del credito/debito formativo; • assessment center teso alla rilevazione di competenze trasversali ed alla valutazione delle stesse;
Durata:	Ore 12
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Customer satisfaction
Contenuto:	<ul style="list-style-type: none"> • Il servizio • Il concetto di valore • Il customer relationship management • Come svolgere attività di CRM • Il data base della clientela e gestione • I fattori di RFM • L'equazione della soddisfazione • Le aspettative dei clienti • I dati sulla customer satisfaction • Effetti della soddisfazione e dell'insoddisfazione della clientela • La delizia della clientela • La fidelizzazione della clientela come fonte di valore dell'impresa • Motivi per cui le aziende perdono clienti • La fidelizzazione della clientela • Strumenti per fidelizzare i clienti • I questionari per rilevare il livello di soddisfazione della clientela • Le ricerche di customer satisfaction
Durata:	Ore 16
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	La comunicazione efficace
Contenuto:	<ul style="list-style-type: none"> -L'approccio corretto alla comunicazione interpersonale -I principi della comunicazione -I tre livelli della comunicazione (comunicazione verbale, non verbale, paraverbale) -La percezione nella comunicazione -"La mappa non è il territorio" -Efficacia delle domande nella comunicazione -I pilastri della comunicazione persuasiva -L'ascolto, i filtri all'ascolto, l'ascolto empatico -Come influenzare positivamente il cliente -Gli stili relazionali
Durata:	Ore 22
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Il marketing
Contenuto:	<ul style="list-style-type: none"> • Il concetto di marketing • dall'orientamento al prodotto, all'orientamento al cliente, all'orientamento alla persona

- la customer satisfaction e la fidelizzazione
- la gestione del marketing
- analisi della domanda e dell'offerta
- il target, la segmentazione e il posizionamento
- il modello d'acquisto del consumatore
- il piano di marketing
- le politiche di prodotto
- il ciclo di vita del prodotto
- le politiche di prezzo
- le politiche di distribuzione
- i canali di distribuzione
- le scelte distributive
- i costi di distribuzione
- l'appalto distributivo (ingrosso e dettaglio)
- il dettaglio associato
- le politiche di comunicazione
- le strategie di marketing internazionale
- la disciplina degli scambi con l'estero
- il regolamento degli scambi con l'estero

Durata: Ore 28

Modalità Formativa: FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo: I piani di marketing e comunicazione
Contenuto: - Redazione di un piano di marketing e di comunicazione
Durata: Ore 32
Modalità Formativa: FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo: Implementazione degli apprendimenti
Contenuto: Durante la fase di formazione a distanza, gli allievi avranno la possibilità di implementare ed approfondire le competenze apprese in aula, adattandole ai loro fabbisogni. I medesimi, infatti, potranno scegliere - tra una serie di corsi di formazione reperibili sulla piattaforma - quali tematiche approfondire
Durata: Ore 50
Modalità Formativa: FAD

Aree di lavoro e gruppi di competenze

Competenze oggetto del corso

Legenda dei livelli di competenza

Livello Descrizione

- | | |
|---|--|
| 1 | Non possiede questa competenza |
| 2 | Sta apprendendo questa competenza |
| 3 | Sa agire questa competenza in modo non del tutto adeguato |
| 4 | Sa agire questa competenza in modo sufficientemente autonomo |
| 5 | Sa agire questa competenza autonomamente |
| 6 | Ha buona padronanza di questa competenza |
| 7 | Ha piena padronanza di questa competenza |

Area tematica

Area di lavoro

Gruppo di competenze

Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale	Tecniche di comunicazione	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso		Modalità verifica	Livello obiettivo
Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione multimediale interattiva	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper applicare il concetto di posizionamento in un'ottica di comunicazione strategica	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper definire i target di comunicazione	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Conoscere i concetti e le caratteristiche di immagine, reputazione e identità aziendale	3		Questionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Marketing e commerciale		Gestione dei processi di internazionalizzazione	Analisi dei contesti di internazionalizzazione	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso		Modalità verifica	Livello obiettivo
Saper interpretare le recenti evoluzioni delle grandi aree economiche e geopolitiche in termini istituzionali ed economico-finanziari	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper ricercare e interpretare gli indicatori di sviluppo e i dati socio-economici e finanziari delle aree geografiche relative ai mercati di sbocco in un'ottica di sviluppo commerciale e saper effettuare una valutazione finanziaria e di rischio	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper effettuare un'analisi di segmentazione della domanda definendo i requisiti di base dei potenziali clienti e consumatori	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper effettuare un'analisi della concorrenza in un'ottica di posizionamento strategico dell'offerta aziendale rispetto a quella dei concorrenti	3		estionario/test a risposta multipla - simulazione di casi	7
Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale	Capacità trasversali	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso		Modalità verifica	Livello obiettivo
Saper promuovere e favorire l'apprendimento e l'aggiornamento continuo delle conoscenze per se stessi, per il proprio gruppo di lavoro e per la propria impresa	3		estionario/test a risposta multipla	7
Saper programmare le proprie attività e quelle altrui in modo finalizzato al rispetto delle priorità e delle scadenze	3		estionario/test a risposta multipla	7
Conoscere le tecniche di problem solving e le metodologie per la gestione dei processi decisionali	3		estionario/test a risposta multipla	7

Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi	3	estionario/test a risposta multipla	7
Marketing e commerciale	Gestione vendite	Attività di vendita	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica	Livello obiettivo
Conoscere le logiche relative all'utilizzo delle principali leve di marketing (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)	3	estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper definire le condizioni di vendita valutando le modalità di applicazione delle politiche di prezzo e delle politiche di sconto, promozione e incentivazione ai clienti	4	estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper gestire le trattative di vendita con i clienti e formulare l'offerta commerciale	3	estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Saper utilizzare le tecniche di negoziazione e di vendita	3	estionario/test a risposta multipla - simulazione	7
Marketing e commerciale	Account management (gestione del cliente)	Gestione strategica del cliente	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica	Livello obiettivo
Saper impostare un piano di gestione del portafoglio relazioni nella prospettiva del customer value management	3	estionario/test a risposta multipla	7
Saper utilizzare strategicamente le principali leve di marketing (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)	3	estionario/test a risposta multipla	7
Saper identificare le diverse strategie di sviluppo delle relazioni con i clienti possibili e scegliere la più efficace in coerenza con gli obiettivi aziendali	3	estionario/test a risposta multipla	7
Marketing e commerciale	Gestione vendite	Gestione della rete di vendita	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica	Livello obiettivo
Saper realizzare la valutazione di make or buy relativamente alla rete di vendita	3	estionario/test a risposta multipla	7
Saper identificare la rete distributiva più adeguata a sostenere il raggiungimento degli obiettivi commerciali in coerenza con la strategia aziendale	3	estionario/test a risposta multipla	7
Saper valutare il potenziale e definire il dimensionamento delle zone di vendita per venditore	3	estionario/test a risposta multipla	7
Saper organizzare, strutturare e mantenere un'organizzazione di vendita	3	estionario/test a risposta multipla	7

che assicuri la necessaria pressione quantitativa e qualitativa sulla clientela

Competenze richieste in ingresso e NON presenti tra quelle oggetto del corso

Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica
------------	--------------------------------------	-------------------

Edizioni

Edizioni - ID corso: 7935 - Esperto di marketing e comunicazione

Dati principali edizione - ID edizione: 7449

ID sede:	5205
Sede di svolgimento:	I.R.S.E.A.
Provincia:	BARLETTA-ANDRIA-TRANI
Comune:	BISCEGLIE
Indirizzo:	via Oslo 29/D
Località:	Bisceglie
CAP:	76011
Telefono:	080/3952855
Fax:	080/3992084
Email:	irsea1@hotmail.com
Data scadenza iscrizione:	15/11/2011
Data avvio:	03/12/2011
Data fine prevista:	30/08/2012
Num. minimo Voucher:	4
Num. partecipanti max.:	18
Modalità svolgimento corso:	Il percorso si realizzerà indicativamente nelle ore serale o nella sola giornata del sabato
Specifiche su prove:	(Non compilato)

Docenti - ID edizione: 7449

Docenti:	Il percorso formativo sarà realizzato da personale docente, accreditato IRSEA e con esperienza almeno decennale nel settore del marketing e della comunicazione
-----------------	---

Partenariato - ID edizione: 7449

Partenariato:	Si
Dettaglio:	Il percorso sarà supportato dalla società "Edison consulting" di Noci, la quale vanta notevole esperienza nella elaborazione di piani di marketing e comunicazione

Accessibilità - ID edizione: 7449

Accessibilità persone disabili:	No
Specifiche accessibilità:	(Non compilato)

Referente - ID edizione: 7449

Nome:	Antonella
--------------	-----------

Cognome: Cipriani

Dati principali edizione - ID edizione: 7448

ID sede: 5206
Sede di svolgimento: I.R.S.E.A.
Provincia: FOGGIA
Comune: CERIGNOLA
Indirizzo: via Specchio 13
Località: Cerignola
CAP: 71042
Telefono: 0885/416666
Fax: 0885/416666
Email: irsea.cer@hotmail.it
Data scadenza iscrizione: 15/11/2011
Data avvio: 11/12/2011
Data fine prevista: 30/09/2012
Num. minimo Voucher: 4
Num. partecipanti max.: 18
Modalità svolgimento corso: Il percorso di formazione sarà realizzato nelle ore serali o nella sola giornata del sabato, a seconda delle esigenze del gruppo classe
Specifiche su prove: (Non compilato)

Docenti - ID edizione: 7448

Docenti: L'attività di formazione sarà realizzata da personale esperto del settore, regolarmente accreditato all'IRSEA

Partenariato - ID edizione: 7448

Partenariato: Sì
Dettaglio: Il percorso formativo sarà supportato dalla "Edison Consulting", società esperta nel settore del marketing e comunicazione. La medesima infatti, vanta una notevolissima esperienza - sia nel settore pubblico che privato - relativamente alla stesura di piani di marketing e comunicazione e alla redazione di business plan

Accessibilità - ID edizione: 7448

Accessibilità persone disabili: No
Specifiche accessibilità: (Non compilato)

Referente - ID edizione: 7448

Nome: Saverio
Cognome: Russo