

FDPLEA046

GESTIONE AZIENDALE E LAVORO PRIVATO

Strategy and marketing

a cura del Politecnico di Milano in collaborazione con P-Learning Richiedi riconoscimento dei crediti formativi

Sede: On-line,
Data: 10 ore formative

DESCRIZIONE

OBIETTIVI PROFESSIONALI

Al termine del percorso formativo il corsista avrà maturato competenze sufficienti per affrontare, a seguito della identificazione di un obiettivo, lo sviluppo di un opportuno piano strategico e l'articolazione di questo in una specifica "tattica" operativa. Unitamente a questo sarà anche in grado di affrontare e/o guidare l'impostazione e lo sviluppo del piano marketing e comunicazione

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si pone gli obiettivi seguenti:

- introdurre ai concetti chiave della strategia d'impresa (il framework del Business Model Canvas – Osterwalder & Pigneur),
- trasferire capacità di esecuzione di analisi strategiche esterne, interne e "corporate",
- sviluppare piani strategici,
- comprendere saper utilizzare i principali strumenti di analisi del mercato, segmentazione e analisi della posizione competitiva e delle tecniche di individuazione dei driver di valore per il cliente,
- apprendere modelli e strumenti per la gestione dell'offerta e
- gestire il processo di comunicazione (pianificazione sviluppo, misurazione delle performance)

ACCREDITAMENTI

Il corso rilascia crediti formativi per:

Ingegneri: 10 CFP

PROGRAMMA

DOCENTI:

Giuliano Noci, Andrea Rangonie, Franco Quillico, Umberto Bertelé, Lucio Lamberti

UNITÀ 1 Strategy: concetti chiave

OBIETTIVI

- 1.1 Definire il concetto generale di strategia e di decisione strategica
- 1.2 Riconoscere ed applicare i concetti fondamentali relativi alla teoria della strategia d'impresa
- 1.3 Progettare ed applicare lo strumento del business model per la definizione dell'idea di business

UNITÀ 2 Strategy: modelli di supporto all'analisi strategica business e corporate

OBIETTIVI

- 2.1 Effettuare un'analisi strategica esterna a livello Business e identificare minacce e opportunità del mercato
- 2.2 Effettuare un'analisi strategica interna a livello Business e identificare punti di forza e di debolezza dell'impresa
- 2.3 Effettuare una analisi strategica a livello Corporate sul portafoglio di business d'impresa

UNITÀ 3 Strategy: Strategia e valore

OBIETTIVI

- 3.1 Interpretare il concetto di valore in chiave strategica
- 3.2 Classificare, valutare e implementare le mosse strategiche a disposizione dei competitor
- 3.3 Comprendere le dinamiche strategiche della big-bang disruption

UNITÀ 4 Marketing: il processo di marketing

OBIETTIVI

- 4.1 Analizzare il ruolo e il bacino di responsabilità del marketing all'interno delle organizzazioni
- 4.2 Introdurre l'analisi del comportamento di acquisto B2B e B2C
- 4.3 Comprendere il processo di marketing strategico che, dall'individuazione di un'opportunità di mercato, porta alla segmentazione, al targeting e al posizionamento.
- 4.4 Acquistare dimestichezza con gli strumenti di analisi di mercato, segmentazione e analisi della posizione competitiva, oltreché delle tecniche di individuazione dei driver di valore per il cliente

UNITÀ 5 Marketing: prodotto e prezzo

OBIETTIVI

- 5.1 Apprendere modelli e strumenti per la gestione dell'offerta (prodotto/servizio, brand e prezzo)
- 5.2 Sviluppare i primi aspetti relativi alla pianificazione di marketing

UNITÀ 6 Marketing: comunicazione & distribuzione

OBIETTIVI

- 6.1 Apprendere modelli e metodi per la pianificazione e la definizione delle attività di comunicazione e di distribuzione.
- 6.2 Comprendere i cambiamenti introdotti dalla rivoluzione tecnologica sui processi di marketing
- 6.3 Apprendere le modalità di misurazione delle performance delle attività di marketing

QUOTA ISCRIZIONE + SCONTI

€ 200,00 + IVA se dovuta*

**Se la fattura è intestata ad Ente Pubblico, la quota è esente IVA, ai sensi dell'art. 10, D.P.R. n. 633/72 (e successive modificazioni)*

NOTE

L'attivazione del corso avviene entro 3 giorni lavorativi dalla ricezione dell'iscrizione e relativo pagamento.

Il corso sarà accessibile 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana.

L'accesso ai corsi è garantito da un Learning Management System compatibile con i principali sistemi operativi installati su personal computer: Windows, Mac-OS, e Linux. Per la fruizione dei corsi è necessario utilizzare un browser (Internet Explorer, Safari, Chrome, Opera) aggiornato all'ultima versione. Alcune lezioni dei corsi su sistemi PC o MAC (non tablet o telefoni) possono richiedere l'utilizzo di Flash Player, aggiornato all'ultima release disponibile in rete.

Tutti i programmi richiesti sono comunemente accessibili a tutti gli utenti, gratuiti e reperibili sul web. Per i telefoni e i tablet, il continuo aggiornamento delle diverse piattaforme Android e IOS non rende possibile dare una risposta definitiva sulla compatibilità. Allo stato della attuale richiesta di accreditamento la maggior parte dei corsi è visibile da sistemi operativi Android (tablet, phablet e smartphone) e da I-Pad e i-Phone.