

MARKETING E COMUNICAZIONE

CORSO EXECUTIVE



Jobleader®
by CUOA

19 MAGGIO - 25 NOVEMBRE 2017



Il Sistema JobLeader by CUOA

**Potenziare le competenze tecnico-specialistiche.
Sviluppare le abilità relazionali e manageriali.**

JobLeader è una proposta unica, innovativa, concreta e flessibile, per manager e professionisti, che vogliono distinguersi nella propria funzione!

Miglioramento delle competenze tecnico-specialistiche

- **Lezioni in aula**, di impronta tecnica, molto focalizzate sulla specifica funzione aziendale, pragmatiche e orientate a fornire strumenti di immediato utilizzo
- **Discussioni** guidate e studio di **casi aziendali**, per fare delle best practice una privilegiata fonte di apprendimento.

Sviluppo delle competenze manageriali, comportamentali e relazionali

- **Coaching con esperti e psicologi del lavoro e dell'organizzazione**
2 incontri individuali, con l'obiettivo di migliorare lo stile manageriale e affinare le competenze relazionali e di comunicazione
- **Outdoor training, leadership, team working, flessibilità, comunicazione e problem solving**
Esercitazioni, simulazioni, discussioni guidate, casi aziendali ed esercitazioni svolte all'aperto, con l'obiettivo di stimolare azione e analisi, per apprendere e sviluppare strategie sempre più efficaci da attuare nella propria quotidianità professionale.

JobLeader

Diventa protagonista del successo della tua
azienda

CUOA: il luogo privilegiato per continuare a crescere

Da quasi 60 anni CUOA Business School forma la nuova classe manageriale e imprenditoriale. È la prima Business School del Nordest, una tra le più importanti in Italia, e si propone nel mercato nazionale e internazionale con prodotti e percorsi di formazione che rispondono alle continue sfide professionali e promuovono lo sviluppo di nuovi modelli di business.

Il punto di forza del CUOA è l'attenzione costante al valore delle persone, al ruolo delle istituzioni nazionali e internazionali, alla dimensione etica di ogni azione economica, all'importanza del merito nella vita economica e sociale.

Il CUOA è sempre più un "incubatore" di idee, in cui vengono anticipate le esigenze e orientate le tendenze, grazie a una costante attività di monitoraggio degli scenari, a un'attenta ricerca sui temi del management, all'ascolto diretto di professionisti, manager e imprenditori, in una collaborazione stretta e quotidiana.



Jobleader Marketing e Comunicazione

In un mercato sempre più complesso e competitivo, la cultura e la padronanza dei principi del marketing e della comunicazione diventano strategici per il successo delle imprese. Il corso fornisce strategie, metodologie e strumenti operativi indispensabili per le decisioni e la pianificazione delle azioni del processo di marketing.

Destinatari

Il percorso è rivolto a product manager, responsabili marketing, manager e professionisti dei processi di marketing e di comunicazione d'impresa.

Obiettivi

Il corso permette di:

- acquisire una visione globale e aggiornata sui processi di marketing grazie all'impiego di competenze strategiche e operative utili ad anticipare il mercato
- padroneggiare gli strumenti necessari a svolgere analisi di mercato finalizzate a definire una propria strategia informativa
- conoscere e saper governare le leve più importanti del marketing strategico, del marketing mix e del web marketing.

«Dopo anni di attività nelle Vendite mi è stata data l'opportunità di avvicinarmi anche al mondo del Marketing, vista la profonda interconnessione esistente tra i due ambiti. Il corso Jobleader Marketing e Comunicazione mi è stato proposto dall'azienda presso cui lavoro non solo per l'autorevolezza della Fondazione CUOA, ma anche per la qualità degli argomenti trattati che mi hanno permesso di ottenere una panoramica a 360° sul Marketing aiutandomi a dare ordine a concetti e nozioni che prima erano presenti in modo superficiale e disgiunto. Un pensiero particolare va ai docenti che, grazie alla loro esperienza sul "campo", hanno supportato la teoria con numerosi esempi pratici consentendo un più rapido e immediato processo di apprendimento, permettendomi così di utilizzare in ambito lavorativo gli strumenti acquisiti.»

Barbara Franzoi, Marketing & Communication - Sales Support, API S.p.A.
JobLeader Marketing e Comunicazione, 9ª edizione

Formula part time

La "formula weekend" è studiata per integrare e rendere sinergiche le responsabilità aziendali con il percorso formativo e di sviluppo professionale.

Impegno

6 mesi, con frequenza a weekend alternati: 13 weekend, il venerdì pomeriggio e il sabato mattina, 1 giovedì pomeriggio e 1 venerdì full immersion, per un totale di 132 ore di formazione articolate in moduli tecnico-specialistici e moduli trasversali.

Al termine del corso CUOA Business School rilascerà un attestato di partecipazione.

Costi

La quota d'iscrizione per la frequenza dell'intero percorso è di € 5.400,00 + IVA.

E' prevista anche la partecipazione a singoli moduli.

Tutti i dettagli e le agevolazioni economiche sono disponibili e consultabili alla pagina

<http://www.cuoa.it/ita/formazione/corsi-executive/jobleader-marketing-e-comunicazione.php>



Programma

Il percorso formativo si sviluppa attraverso:

- **11 moduli tecnico-specialistici** su temi collegati alle problematiche strategiche e operative della gestione del marketing e della comunicazione d'impresa
- **2 moduli per lo sviluppo delle competenze trasversali** sui temi della creatività e della presa di decisioni in condizioni di incertezza.

Il percorso è stato progettato per la frequenza a tutti i moduli didattici; su specifiche esigenze è ammessa la partecipazione anche a singoli moduli.

Moduli tecnico-specialistici

Marketing strategico e operativo (10 ore)

- Il marketing: definizione e campi di applicazione
- L'evoluzione del sistema - mercato
- I cambiamenti e le evoluzioni nel rapporto prodotto-servizio-consumatore
- L'orientamento delle imprese verso il mercato
- Il marketing-mix
- La catena del valore: elementi qualitativi nel processo di marketing
- Il processo di acquisto.

Ricerche e analisi di mercato: metodo, interpretazione, applicazione (20 ore)

- L'approccio scientifico ai problemi di marketing
- Le tipologie e i diversi livelli di attendibilità delle informazioni
- I metodi di ricerca qualitativi: le tecniche di analisi, l'utilizzo dei risultati
- I metodi di ricerca quantitativi: le tecniche di raccolta, analisi e lettura dei risultati
- Il campionamento: probabilistico e non probabilistico
- Esercitazione in aula su un caso quantitativo e uno qualitativo.

Brand Value Management (6 ore)

- Branding revolution: la rivoluzione nel mondo dei brands
- Brand insight: i principali elementi intangibili e tangibili del vostro brand
- Neurobranding e i processi d'acquisto
- Branding project: gestire un nuovo brand, misurare e potenziare il brand esistente.

Lo storytelling comunica l'impresa (8 ore)

- A cosa servono le storie e perché si raccontano
- Gli ingredienti di una buona storia
- Valori e storie d'impresa
- Raccontare il proprio prodotto e servizio
- "C'ero una volta...": identità narrate

Piano di marketing (6 ore)

- Il piano di marketing: che cos'è e chi lo sviluppa
- Le voci chiave del piano di marketing
- Il controllo dell'esecuzione del piano
- Caso aziendale.



Pricing e distribuzione (10 ore)

- Definizione di una strategia di pricing
- La definizione del piano dei prezzi
- Il Piano della Distribuzione: definizione & coordinamento
- Lo sviluppo del Piano Distributivo e la gestione integrata.

Marketing metrics e budget di marketing (10 ore)

Marketing metrics:

Le quote di mercato nei mercati e nei segmenti “chiave”

- Brand equity e customer equity: analisi e valutazione economica e strategica
- I principali indicatori per la misurazione della performance nelle aree marketing e vendite
- Il “cruscotto” aziendale (“dashboard”)

Budget di marketing:

- Il budget come strumento di controllo attivo
 - Le interazioni strategico-operative tra budget di marketing e budget delle vendite
- I criteri di gestione e controllo.

Costruire valore con la customer loyalty (10 ore)

- Struttura del servizio
- I servizi come strumento di fidelizzazione
- L'analisi e la misurazione della customer satisfaction e della customer loyalty
- gli strumenti: mystery shopping, focus group, blind test, questionari consumatori e operatori di settore.

Strategie di digital business: il web come nuovo mercato (4 ore)

- La cultura aziendale: digital thinking
- E-commerce: dalla progettazione alla realizzazione
- Multi-canalità ed e-commerce
- Il web-marketing per la vendita on-line
- Aspetti critici e opportunità dell'e-commerce internazionale
- Testimonianza aziendale.

Da web marketing tradizionale al social media marketing: comunicare in rete (14 ore)

- Il marketing applicato alla rete
- Il web 2.0 e le nuove frontiere del marketing
- Social media marketing
- Il piano strategico di social media marketing
- Il presidio della rete
- Mobile marketing e gamification.

Dall'ufficio stampa alle online media relations. Nuove potenzialità e strumenti della comunicazione aziendale (10 ore)

- Ufficio stampa e rapporto con i media
- Il web come ecosistema sociale. Dal pubblico alle communities
- Nuovi media e nuovo ruolo delle PR nella comunicazione aziendale
- Contenuti e notizie sul web. La viralità
- Relazione e ingaggio. Nuovi strumenti, nuove tecniche, stessi obiettivi
- Dal rapporto professionale all'accettazione.



Moduli trasversali

Outdoor training (12 ore)

Esercitazioni in gruppo svolte all'aperto in cui vengono simulate dinamiche di natura organizzativa, al fine di apprendere e sviluppare strategie sempre più efficaci per affrontare le situazioni professionali, allenando le competenze di leadership, team working, flessibilità, comunicazione e problem solving.

Creatività come strumento per comunicare (10 ore)

Tecniche di creatività per una comunicazione innovativa d'impresa.

Faculty

La Faculty del corso è composta da esperti di formazione, professionisti, consulenti e uomini d'azienda altamente qualificati e specializzati nell'area commerciale. La diversa provenienza assicura concretezza e aderenza alle reali esigenze delle aziende e rappresenta un canale preferenziale per l'aggiornamento professionale dei partecipanti, grazie all'accesso ad un vitale sistema di relazioni.

Daniela Bassetto - Consulente aziendale e formatore esperta nel settore comunicazione e marketing, ha ricoperto il ruolo di manager e direttore marketing e comunicazione in alcuni gruppi multinazionali americani

Daniilo Berteotti - Consulente aziendale nell'area organizzazione e risorse umane

Michele Bianco - Consulente di direzione e formatore per l'area vendite e marketing, ricopre incarichi direzionali in aziende del made in Italy e delle energie rinnovabili

Daniele Chieffi - Giornalista e online media relations manager. Docente e formatore Master in Media Relations

Camillo Di Tullio - Brand activation manager per un'azienda operante nel settore delle telecomunicazioni

Alessandro Garofalo - Formatore per l'area dello sviluppo creativo di nuovi product/concept e della formazione manageriale innovativa

Francesca Gazzola - Psicologa del lavoro e delle organizzazioni, consulente di marketing e comunicazione

Roberto Natalini - Consulente aziendale e formatore per l'area vendite e marketing (riposizionamento prodotti/brand in nuovi mercati esteri e posizionamento strategico della rete vendita)

Sergio Novello - Amministratore Delegato di un'azienda operante nell'automazione e nel controllo degli accessi automatici. Ha ricoperto ruoli di direzione generale e marketing presso aziende internazionali

Martina Pertile - Consulente aziendale in area marketing, con particolare vocazione alle ricerche di marketing, sia quantitative che qualitative. Professore a contratto di Marketing Industriale e Marketing Applicato presso la Facoltà di Scienze Statistiche e di Farmacia presso l'Università degli Studi di Padova

Chiara Sergotti - Consulente aziendale nell'area organizzazione e risorse umane

Petra Schrott - Docente, consulente Marketing & Advisor e blogger.

Stefano Tasselli - Consulente e formatore in ambito creatività e innovazione d'impresa

Alessandro Zaltron - Comunicatore d'impresa, scrittore, storyteller, giornalista professionista.

Per informazioni relative ai costi e al calendario:

<http://www.cuoa.it/ita/formazione/corsi-executive/jobleader-marketing-e-comunicazione.php>



Plus

coaching

Incontri individuali programmati nel corso dell'iniziativa formativa allo scopo di favorire, attraverso il confronto con un coach, una lettura critica del percorso individuale di carriera e di facilitare il processo di crescita personale e professionale del partecipante.

Community professionale durante e dopo il corso

Le relazioni che si instaurano tra i partecipanti forniscono le basi per promuovere e valorizzare un network professionale, personale e culturale, alimentato da occasioni di incontro tra allievi, docenti e testimoni d'impresa.

La piattaforma didattica contribuisce alla creazione di una comunità della conoscenza: la partecipazione alle attività in rete consente un intenso scambio di saperi, problemi, tematiche e soluzioni.

web learning space

È l'ambiente web del CUOA dedicato ad accompagnare e integrare sinergicamente i contenuti e le modalità didattiche propri della formazione svolta in aula, attraverso il quale, in modalità a distanza, è possibile fruire di materiali di studio e di documenti di approfondimento e interagire con docenti e colleghi di corso, anche mediante forum tematici coordinati da esperti della materia.

biblioteca cuoa per ricerche e progetti di business

Gli allievi hanno la possibilità di accedere alla biblioteca CUOA per consultare documenti utili per ricerche di business e sviluppo di progetti aziendali, con le seguenti modalità:

- on site: consultazione e prestito di volumi e riviste della biblioteca CUOA, che conta oltre 9.000 volumi e oltre 100 periodici di management, italiani e stranieri
- online: accesso al catalogo online, per l'esplorazione virtuale gli scaffali della biblioteca

Sede di svolgimento

Villa Valmarana Morosini (Altavilla Vicentina - VI) è un esclusivo punto di incontro tra i protagonisti della realtà economica, finanziaria, imprenditoriale e istituzionale; un ambiente unico per lo scambio di culture ed esperienze, per lo studio e la riflessione. Una Villa storica, dove sono disponibili tutti i servizi necessari allo svolgimento delle attività didattiche: aule, salette di studio, aule informatiche, biblioteca, sala conferenze ecc.

Nel College Valmarana Morosini, adiacente al corpo centrale della Villa, inoltre, è possibile usufruire del servizio bed & breakfast (tel. 0444 573988).

CUOA Business School ha sede in una villa storica. Per eventuali segnalazioni connesse alla presenza di barriere architettoniche, contattare la Segreteria Executive Education, tel. 0444 333705.

Segui il CUOA sui social network



Seguici sul nostro blog
www.cuoospace.it

CUOA Business School
JobLeader by CUOA

Villa Valmarana Morosini
36077 Altavilla Vicentina (VI)
tel. 0444 333705
fax 0444 333991
jobleader@cuoa.it
www.cuoa.it