

# MARKETING E COMUNICAZIONE

CORSO EXECUTIVE



Jobleader<sup>®</sup>  
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](http://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](mailto:jobleader@cuoa.it)  
[www.cuoa.it](http://www.cuoa.it)