

Programma Generale del Corso di *Comunicazione Marketing e Pubblicità*

Programma Base

Modulo 1 – Introduzione al *Marketing*

Prima unità didattica – Elementi Fondamentali del Marketing

Seconda unità didattica – Il Marketing di Settore

Terza unità didattica – “Tipologie” di Marketing

Modulo 2 – Strategie e Piani di Marketing

Prima unità didattica – Definire gli Obiettivi

Seconda unità didattica – Formulazione di una Strategia

Modulo 3 – Raccolta dei dati e Ricerche di Mercato

Prima unità didattica – Categorie delle Ricerche di Mercato

Seconda unità didattica – Obiettivi delle Ricerche di Mercato

Terza unità didattica – Campionamento per la raccolta dei dati

Quarta unità didattica – Sistemi per l’analisi e la valutazione dei dati

Modulo 4 – Prodotti e *Value Proposition*

Prima unità didattica – L’Azienda e il Valore dei Prodotti

Seconda unità didattica – Il *Pricing* del Prodotto

Terza unità didattica – Azienda, Prodotti e Strategie di Comunicazione

Quarta unità didattica – Il Rapporto con il Cliente: Fidelizzazione e Marketing Relazionale

Modulo 5 – Creazione del Brand e Brand Identity

Prima unità didattica – Introduzione al *Brand Identity*

Seconda unità didattica – Criteri per determinare l'identità visiva aziendale

Modulo 6 – Gestione della Delivery (rete di vendita, canale, retail, wholesale, logistica)

Prima unità didattica – Tipologie di Reti e Gestione dei Canali

Seconda unità didattica – Sistemi di Sale Collaboration

Terza unità didattica – Livelli di Vendita

Modulo 7 – Marketing su Internet

Prima unità didattica – Introduzione al *Web Marketing*

Seconda unità didattica – Strategie di *Web Marketing*

Modulo 8 – Introduzione alla Comunicazione

Prima unità didattica – Mezzi e Sistemi di Comunicazione

Seconda unità didattica – Strategie di Comunicazione

Terza unità didattica – Comunicazione e Obiettivi

Modulo 9 – Comunicazione sul lavoro: mail, report, offerte, riunioni, presentazioni, colloqui

Prima unità didattica – Introduzione alla Comunicazione Aziendale

Seconda unità didattica – Analisi degli Strumenti di Comunicazione Aziendale

Modulo 10 – Ufficio Stampa e Pubbliche Relazioni

Prima unità didattica – Gestione dell'Ufficio Stampa

Seconda unità didattica – Strategie di Comunicazione Relazionale

Modulo 11 – Introduzione alla Pubblicità

Prima unità didattica – Strumenti di Comunicazione Pubblicitaria

Seconda unità didattica – Obiettivi di Comunicazione Pubblicitaria

Modulo 12 – Pubblicità per i diversi *Media*

Prima unità didattica – Magazine Advertising

Seconda unità didattica - TV Advertising

Terza unità didattica – Web Advertising

Quarta unità didattica – Comunicazione e Pubblicità Globale

Modulo 13 – La strategia pubblicitaria e il processo creativo

Prima unità didattica – Comunicazione Commerciale

Seconda unità didattica – Psicologia Pubblicitaria

Terza unità didattica – Strumenti per la Realizzazione di una Campagna Pubblicitaria

Modulo 14 – Gli aspetti economici delle attività pubblicitarie

Prima unità didattica – Struttura di un'Agenzia Pubblicitaria

Seconda unità didattica – Marketing Pubblicitario

Terza unità didattica – Agenzie Pubblicitarie e Contabilizzazione

Obiettivi e modalità di fruizione e valutazione

Obiettivo e modalità di fruizione

“Scopo del marketing è conoscere e capire così bene il cliente da confezionare un prodotto che gli si cuce addosso e si vende da solo” - Peter Drucker.

Il corso di Comunicazione, *Marketing* e Pubblicità sarà fruito online su una piattaforma di FAD, comprensiva di materiali didattici, esercitazioni guidate e test di verifica dell'apprendimento.

Attraverso strumenti di *web collaboration* come chat e mail gli studenti potranno usufruire dell'attività di tutoraggio del proprio percorso didattico, fornita dai docenti del corso.

Strutturazione del corso

Il programma del Corso parte da zero e copre le seguenti aree:

1. Introduzione al *Marketing*
2. Strategie e piani di *Marketing*
3. Raccolta dei dati e Ricerche di Mercato
4. Value Proposition, Prodotto e Pricing
5. Creazione del *Brand* e *Brand Identity*
6. Gestione della Delivery (rete di vendita, canale, retail, wholesale, logistica)
7. Marketing su Internet
8. Introduzione alla Comunicazione
9. Comunicazione sul lavoro: *mail, report, offerte, riunioni, presentazioni, colloqui*
10. Ufficio Stampa e Pubbliche Relazioni
11. Introduzione alla Pubblicità
12. Pubblicità per i diversi media
13. La strategia pubblicitaria e il processo creativo
14. Gli aspetti economici delle attività pubblicitarie

Destinatari e modalità di valutazione

Il Corso di Comunicazione, *Marketing* e Pubblicità è rivolto a chi vuole intraprendere una professione nell'ambito del *Marketing Management*, della Comunicazione Istituzionale o Aziendale e della Pubblicità, oppure a chi già lavora in questi contesti e vuole arricchire il proprio curriculum e competenze.

I professionisti del settore ricoprono ruoli come responsabile di prodotto, marketing manager, *web marketing specialist*, addetto alla comunicazione e alle relazioni con il pubblico, esperto della multimedialità, o di manager nelle aziende editoriali e nelle agenzie pubblicitarie.

La valutazione dei discenti verrà effettuata attraverso test di valutazione ed un esame finale da svolgere online.