

Formazione upskilling (RRSP) mirata al profilo Esperto marketing



CONTENUTO DEL CORSO

L'Esperto marketing si occupa della definizione e dello sviluppo delle azioni di marketing nell'ambito di un'organizzazione. Definisce il posizionamento di prodotti/servizi dell'organizzazione di riferimento, elabora il piano marketing strategico e quello operativo, ne cura e monitora l'implementazione. Si relaziona con la direzione aziendale e con le funzioni commerciali e di produzione.

Principali argomenti: Analisi, opportunità e importanza del marketing; Determinazione degli obiettivi d'impresa: scopo e missione dell'impresa e sviluppo di strategie e piano marketing; Strategie di marketing: competitive, di posizionamento, di valore per il cliente, di globalizzazione, di pricing, di arricchimento del prodotto servizio; Marketing e valore per il cliente: processo di creazione e catena del valore; Elaborazione della strategia di marketing: segmentazione del mercato, posizionamento sul mercato, combinazione dei fattori di mercato endogeni (marketing mix), strategie temporali ; Marketing di prodotti industriali.

Durata corso

40 ore

Modalità

Aula interattiva

Attività e moduli

- Accompagnamento al lavoro
- Formazione per l'aggiornamento professionale "upskilling"
- Incontro domanda offerta di lavoro

Data inizio

15/04/2024

N. massimo corsisti

15

Modalità di erogazione

Le attività si svolgono in presenza

Indennità / borsa di studio

Euro 3,5/ora per le ore frequentate in presenza

Attestato / qualifica Attestazione di messa in trasparenza dei risultati di apprendimento

Sede di svolgimento Consulman srl presso Istituto di Cultura Italo-tedesco Via dei Borromeo, 16 - 35137 Padova

Formazione upskilling (RRSP) mirata al profilo Esperto marketing

SETTORE ATTIVITÀ

73.11.02 – CONDUZIONE DI CAMPAGNE DI MARKETING E ALTRI SERVIZI PUBBLICITARI

PROFESSIONI CORRELATE

- 2.5.1.5.2.4 – ESPERTO DI MARKETING
- 3.3.3.5.0.5 – TECNICO DI MARKETING OPERATIVO
- 3.3.3.5.0.6 – TECNICO DI MARKETING STRATEGICO
- 5.1.1.2.1.1 – COMMERCIANTE AL DETTAGLIO
- 2.5.1.5.2.8 – RESPONSABILE DEL MARKETING IN AZIENDA MANIFATTURIERA

PROFILI REPERTORIO REGIONALE STANDARD PROFESSIONALI

ESPERTO MARKETING

L'Esperto marketing si occupa della definizione e dello sviluppo delle azioni di marketing nell'ambito di un'organizzazione. Definisce il posizionamento di prodotti/servizi dell'organizzazione di riferimento, elabora il piano marketing strategico e quello operativo, ne cura e monitora l'implementazione. Si relaziona con la direzione aziendale e con le funzioni commerciali e di produzione.

SEP 24: Area comune

COMPETENZA

PREDISPORRE IL PIANO MARKETING STRATEGICO

CONOSCENZE

- Teorie, modelli e tecniche di marketing strategico, bisogni, domanda settori, mercati, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting e segmentazione
- Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti (marketing/selling)
- Tipologia e caratteristiche dei sistemi di distribuzione
- Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita
- Metodologie e strumenti di contabilità analitica
- Tecniche di analisi SWOT
- Modelli e tecniche di definizione delle politiche dei prezzi

ABILITÀ

- Riconoscere caratteristiche connotative dell'offerta di prodotti/servizi e dell'organizzazione di riferimento
- Identificare l'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro – segmentazione)
- Applicare tecniche di segmentazione per identificare i gruppi di consumatori/potenziali acquirenti

- Selezionare i segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting) in funzione della strategia di segmentazione prescelta (differenziata, concentrata e indifferenziata)
- Applicare tecniche empiriche e/o statistiche (es. cluster analysis) per individuare i benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati
- Identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio: nicchia, segmento o mercato allargato
- Valutare la capacità di differenziazione dell'offerta
- Definire obiettivi espressi in volumi di vendita e quote di mercato, per prodotti, linee di prodotti, canali distributivi, aree geografiche, target group, a breve, medio e lungo periodo

ATTIVITÀ

- ADA.24.04.01 – Sviluppo del piano strategico di marketing
- Identificazione dei gruppi distinti di consumatori/potenziali acquirenti (micro-segmentazione)
 - Definizione degli indici di attrattività dei singoli segmenti
 - Selezione dei segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting)
 - Identificazione dell'area strategica di affari in cui operare concentrando le risorse aziendali (macro-segmentazione)
 - Definizione dei profili dei diversi segmenti di consumatori individuati
 - Valutazione della capacità di differenziazione dell'offerta di prodotti/servizi
 - Definizione dei benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento)

PER PARTECIPARE

Modalità di adesione Per aderire è necessario essere in possesso del Patto di Servizio e relativo Assegno GOL rilasciato dal Centro per l'impiego – Percorso 2 "Aggiornamento (Upskilling)"

Documentazione necessaria Diploma di scuola media superiore

CONTATTI

Francesca Chirco Coordinatore didattico
email: f.chirco@consulman.it – telefono: 0113081711
