

**Formazione Continua - Dispositivo Progetti Quadro Legge 236/93 -
bando 299 - ID progetto 536354
"FORMA.P- FORMAZIONE IN PILLOLE**

CORSO GRATUITO DI MARKETING E BUSINESS PLAN (24 H)

OBIETTIVO DEL CORSO Il marketing rappresenta una disciplina e una funzione cruciale e centrale per tutte le aziende che intendono operare attivamente nel tessuto economico. Tramite l'attività di marketing vengono infatti definiti gli obiettivi di posizionamento delle imprese e dei loro prodotti e i piani operativi di breve, medio e lungo periodo. Non è dunque possibile trascurare l'importanza di tale funzione ritenendola necessaria solo per le imprese di grandi dimensioni. Il corso ha lo scopo di illustrare i concetti basilari del marketing fornendo ai partecipanti degli strumenti operativi necessari per l'applicazione pratica delle nozioni apprese.

CALENDARIO

18 ottobre dalle 18,30 alle 21,30
20 ottobre dalle 18,30 alle 21,30
25 ottobre dalle 18,30 alle 21,30
27 ottobre dalle 18,30 alle 21,30
3 novembre dalle 18,30 alle 21,30
8 novembre dalle 18,30 alle 21,30
10 novembre dalle 18,30 alle 21,30
15 novembre dalle 18,30 alle 21,30

DOCENTE => Prof. Alessandro Bigi

SEDE => ELFI - Ente di Formazione di CONFARTIGIANATO Unione di Brescia, via Orzinuovi 28, Brescia.

DESTINATARI => Ai corsi possono partecipare esclusivamente dipendenti di attività non pubbliche

Per informazioni rivolgersi all' Area dei Servizi Tecnici e Formativi - Settore Formazione e Progetti della Confartigianato Imprese Unione di Brescia telefonando al numero 030 3745227- Ref. Marianna Valtulini



PROGRAMMA CORSO

Il processo di marketing e l'analisi della domanda

- ~ Le strategie di crescita
- ~ L'analisi del portafoglio di attività
- ~ La domanda effettiva e potenziale
- La previsione della domanda e la stima della quota di mercato

Il comportamento del consumatore

- ~ L'analisi dei bisogni del consumatore
- ~ Il processo d'acquisto
- ~ I ruoli d'acquisto

Le ricerche di mercato

- ~ Il sistema informativo di marketing
- ~ Le ricerche di mercato qualitative e quantitative

La segmentazione della domanda

- ~ Il processo di segmentazione
- ~ La selezione dei segmenti

L'analisi della concorrenza

- ~ La struttura del settore
- ~ Le strategie concorrenziali nei gruppi strategici

Le strategie di marketing

- ~ Le strategie di crescita
- ~ L'analisi del portafoglio di attività

La politica di prodotto

- ~ Il concetto di prodotto
- ~ Il posizionamento del prodotto
- ~ La gestione della gamma dei prodotti
- ~ Il ciclo di vita del prodotto
- ~ Lo sviluppo e il lancio di nuovi prodotti

La politica di prezzo

- ~ Il prezzo e i costi
- ~ Il prezzo e la domanda
- ~ Il prezzo e la concorrenza
- ~ La fissazione del prezzo in fase di lancio
- ~ La discriminazione dei prezzi

La politica distributiva

- ~ Le decisioni di carattere generale
- ~ L'organizzazione esterna della rete di vendita
- ~ L'organizzazione interna della rete di vendita

Il business Plan

- ~ Le logiche di creazione