meliusform
BUSINESS SCHOOL

Corsi di Specializzazione

CORSO in MARKETING NEI PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Dall'analisi dei mercati esteri alle strategie di marketing e web/social

In Live Streaming dal 23/11/2024

LIVE STREAMING - Programma Dettagliato delle Lezioni

Modulo: STRATEGIE DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

PIANIFICAZIONE STRATEGICA DI UN PERCORSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA

Lezione 1 , Sabato 23/11/2024 (mattina)

SCENARIO ECONOMICO INTERNAZIONALE (Parte I)

- L'evoluzione del commercio internazionale: le varie fasi della globalizzazione
- L'attuale scenario economico mondiale
- Gli accordi commerciali e le macro aree commerciali
- Scambi internazionali e IDE:
    - scambi di merci e scambi di servizi
    - investimenti diretti esteri (Focus IDE China)

Lezione 2 , Sabato 23/11/2024 (pomeriggio)

SCENARIO ECONOMICO INTERNAZIONALE (Parte II)

- Gli avvenimenti economico-politico che hanno cambiato il commercio internazionale
- Le politiche commerciali della UE: focus Brexit
- La posizione dell'Italia nello scenario del commercio internazionale:
    - *perfomances*
    - prodotti/settore
    - il valore del Made in Italy
    - focus IDE Lusso
- L'evoluzione del commercio internazionale nel corso del tempo
- Case study

Lezione 3 , Sabato 30/11/2024 (mattina)

FORME DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (Parte I)

- Processo di internazionalizzazione
- Le diverse forme di internazionalizzazione
- Le aggregazioni di imprese in ambito internazionale

Lezione 4 , Sabato 30/11/2024 (pomeriggio)

FORME DI INTERNAZIONALIZZAZIONE (Parte II)

- Il *check up* per l'internazionalizzazione: gli ambiti di analisi e i metodi di valutazione
- Analisi delle risorse umane
- Analisi delle capacita? di marketing
- Analisi delle risorse finanziarie
- Analisi delle risorse tecniche

Lezione 5 , Sabato 14/12/2024 (mattina)

ANALISI DEI MERCATI ESTERI (Parte I)

- Accessibilità e attrattività dei mercati esteri: le diverse barriere all'ingresso

- Processo di selezione dei mercati: le variabili di selezione e i criteri di segmentazione

Lezione 6 , Sabato 14/12/2024 (pomeriggio)

ANALISI DEI MERCATI ESTERI (Parte II)

- Metodologie di identificazione
  - analisi domanda paese
  - analisi dei dati interscambio
  - analisi *competitors*
  - analisi presenza target cliente
  - analisi beni complementari
- Il comportamento delle PMI nella scelta dei mercati esteri: gli errori fatti

Modulo: MARKETING INTERNAZIONALE

STRATEGIE DI MARKETING NEI MERCATI INTERNAZIONALI

Lezione 7 , Sabato 11/01/2025 (mattina)

PRICE (Parte I)

- Le politiche di *pricing*: metodologie di calcolo del prezzo finale del prodotto sulla base dei canali distributivi
- Le tre metodologie di *pricing* per l'internazionalizzazione:
  - *skimmingpricing*
  - *penetrationpricing*
  - *segmentpricing*

Lezione 8 , Sabato 11/01/2025 (pomeriggio)

PRICE (Parte II)

- I fattori che incidono sulla definizione del prezzo:
  - tipologia consumatore (B2B o B2C)
  - tipologia prodotto
  - tipologia posizionamento
- Il pricing come leva fondamentale del marketing mix e la sua correlazione con il brand management
- Influenza del valore percepito dal consumer sulle metodologie di *pricing*

Lezione 9 , Sabato 18/01/2025 (mattina)

PRODUCT (Parte I)

- Posizionamento del prodotto sul mercato di destinazione: metodologie per analizzare *placement* e *reputation*
- Tipologie di prodotti:
  - essenziali
  - tangibili
  - ampliati
- Le strategie di standardizzazione e adattamento del prodotto
- Principali Normative di prodotto da rispettare:
  - le barriere non tariffarie legate al prodotto
  - contingentamenti e normative tecniche

Lezione 10 , Sabato 18/01/2025 (pomeriggio)

PRODUCT (Parte II)

- La politica di brand management
- Il valore dell'origine del prodotto: il fenomeno del Made in Italy
- Il prodotto visto dal cliente e visto dal produttore: matching tra prodotto e strategie di promozione

Lezione 11 , Sabato 25/01/2025 (mattina)

PLACE (Parte I)

- Il posizionamento nei mercati internazionali e strategie di branding
- Strategie e modalita? di ingresso delle imprese nei mercati
- I diversi canali distributivi: tipologie e gestione

Lezione 12 , Sabato 25/01/2025 (pomeriggio)

PLACE (Parte II)

- Classificazione dei vari intermediari
- Tipologie dei canali distributivi
- Il "*trade marketing*"

Lezione 13 , Sabato 01/02/2025 (mattina)

PROMOTION (Parte I)

- I tre aspetti fondamentali della promozione:
  - informare
  - convincere
  - farsi ricordare
- La comunicazione d'impresa e tecniche di comunicazione efficaci sui mercati esteri
- Le fasi del processo di comunicazione promozionali nel marketing di un'impresa
- Strumenti di comunicazione aziendale: dal metodo personale (a due vie) a quello impersonale (unidirezionale) all'internet marketing

Lezione 14 , Sabato 01/02/2025 (pomeriggio)

PROMOTION (Parte II)

- Definizione del budget destinato alla comunicazione d'impresa
- Gli strumenti di promozione dell'azienda nei mercati esteri: la partecipazione alle fiere di settore
- La promozione del prodotto e la promozione dell'impresa: il valore dei valori
- Nuove tecniche di promozione: il marketing non convenzionale

Lezione 15 , Sabato 08/02/2025 (mattina)

WEB/SOCIAL MARKETING (Parte I)

- Analisi di mercato e strumenti di indagine online
- Motori di ricerca, social network e piattaforme e-commerce
- Analisi della concorrenza e *digital benchmarking*
- Utilizzo dei Social Media per la profilazione del cliente ideale

Lezione 16 , Sabato 08/02/2025 (pomeriggio)

WEB/SOCIAL MARKETING (Parte II)

- Brand marketing
- Viral & Unconventional Marketing
- Web Marketing e PMI
- Social Media Marketing e Vendere on line
- Viral Marketing & Viral DNA

Per esigenze di natura organizzativa e didattica, la Scuola si riserva la facoltà di rinviare, di modificare, così come di spostare le date delle lezioni rispetto al calendario inizialmente prestabilito. Inoltre, si riserva il diritto di modificare in ogni momento i contenuti, dei programmi ed il corpo docente al fine di perseguire miglioramenti didattici in linea con i cambiamenti di mercato e le subentrate esigenze organizzative.