

Executive Master

MASTER in DIGITAL MARKETING e WEB MARKETING - Weekend

Marketing basics, digital strategy e social media management

In Live Streaming dal 07/10/2022

LIVE STREAMING - Programma Dettagliato delle Lezioni

Modulo: BUSINESS FUNDAMENTALS

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E LA FUNZIONE MARKETING INSIEME ALLE ALTRE DIREZIONI

Lezione 1 , Venerdì 07/10/2022 (pomeriggio)

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte I)

- Cos'è l'Organizzazione Aziendale
- Modelli di Organizzazione
- Evoluzione delle organizzazioni
- La struttura organizzativa e l'organigramma

Lezione 2 , Sabato 08/10/2022 (mattina)

ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte II)

- Progettazione organizzativa
- La funzione Marketing e le altre direzioni

Lezione 3 , Venerdì 14/10/2022 (pomeriggio)

BUSINESS PLAN

- La funzione del business plan
- Le componenti del business plan
- Il pitching del business plan

Lezione 4 , Sabato 15/10/2022 (mattina)

BUSINESS MODEL

- La metodologia "Lean startup"
- Business model canvas
- Esercitazione

Modulo: MARKETING STRATEGICO

SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Lezione 5 , Venerdì 21/10/2022 (pomeriggio)

PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- Il piano strategico di marketing
- L'ambiente di marketing
- Il marketing socialmente responsabile

Lezione 6 , Sabato 22/10/2022 (mattina)

SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO

- Variabili di segmentazione
- Valutazione e selezione dei segmenti di mercato
- Il vantaggio competitivo
- Le strategie competitive

Lezione 7 , Venerdì 28/10/2022 (pomeriggio)

COMPORTAMENTO DEL CONSUMATORE

- Orientamento al mercato
- Comportamento d'acquisto del consumatore
- Il processo decisionale del consumatore
- Case study

Lezione 8 , Sabato 29/10/2022 (mattina)

RICERCHE DI MERCATO

- Ricerche di mercato qualitative
- Ricerche di mercato quantitative
- Analisi dei dati
- Esercitazione: Ricerca di mercato

Modulo: MARKETING OPERATIVO

PRODOTTO, STRATEGIE DI PREZZO E DI PROMOZIONE

Lezione 9 , Venerdì 04/11/2022 (pomeriggio)

IL PRODOTTO (Parte I)

- Gestione dell'innovazione
- Sviluppo di un nuovo prodotto
- Ciclo di vita del prodotto
- L'adozione di un nuovo prodotto

Lezione 10 , Sabato 05/11/2022 (mattina)

IL PRODOTTO (Parte II)

- L'identità di marca
- Lo sviluppo della marca
- La gestione della marca
- Esercitazione

Lezione 11 , Venerdì 11/11/2022 (pomeriggio)

IL PREZZO

- Le strategie di prezzo
- Customer value-based pricing
- Cost-based pricing
- Competition-based Pricing
- Yield management

Lezione 12 , Sabato 12/11/2022 (mattina)

PUBBLICITA' E PROMOZIONE

- Pubblicità
- Promozione
- Pubbliche relazioni

Modulo: DISTRIBUZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI

RETAIL MANAGEMENT E LA GESTIONE DEI SERVIZI

Lezione 13 , Venerdì 18/11/2022 (pomeriggio)

DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte I)

- Luxury Marketing
- Modelli distributivi
- Pianificazione strategica nel retail
- Web retailing

Lezione 14 , Sabato 19/11/2022 (mattina)

DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte II)

- Raccolta delle informazioni
- Costruire una relazione con i clienti
- Analisi della trading area
- Visual merchandising

Lezione 15 , Venerdì 25/11/2022 (pomeriggio)

LA GESTIONE DEI SERVIZI

- Caratteristiche dei servizi
- Disegno dei servizi
- Qualità dei servizi
- Esercitazione

Lezione 16 , Sabato 26/11/2022 (mattina)

IL MARKETING ESPERIENZIALE

- Dal prodotto all'esperienza di consumo
- Tipi di esperienze
- Marketing sensoriale
- Case study

Modulo: WEB MARKETING ED E-COMMERCE

PIANIFICARE LA STRATEGIA DIGITALE E GESTIRE L'E-COMMERCE E/O IL MARKET PLACE

Lezione 17 , Venerdì 03/02/2023 (pomeriggio)

DIGITAL STRATEGY (Parte I)

- Principi di digital marketing
- Strategia di digital marketing

Lezione 18 , Sabato 04/02/2023 (mattina)

DIGITAL STRATEGY (Parte II)

- La *customer journey*
- Il piano di comunicazione
- Casi reali

Lezione 19 , Venerdì 10/02/2023 (pomeriggio)

PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte I)

- L'analisi del mercato online
- Le *customer personas*

Lezione 20 , Sabato 11/02/2023 (mattina)

PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte II)

- Come sviluppare le personas
- Esercitazione

Lezione 21 , Venerdì 17/02/2023 (pomeriggio)

LA SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

- Il posizionamento su Google
- La *Search Engine Optimization*

Lezione 22 , Sabato 18/02/2023 (mattina)

SEM - SEARCH ENGINE MARKETING

- Gli strumenti Google al servizio del marketing
- *Google AdWords and AdSense*
- Il monitoraggio e l'ottimizzazione delle campagne tramite *Google Analytics*

Lezione 23 , Venerdì 24/02/2023 (pomeriggio)

E-MAIL MARKETING

- Il *Direct Email Marketing*
- Valutare l'efficacia di una campagna DEM
- I principali strumenti a supporto

Lezione 24 , Sabato 25/02/2023 (mattina)

CONTENT MARKETING

- Il content marketing
- Tipologie di contenuti
- Blogging

Lezione 25 , Venerdì 03/03/2023 (pomeriggio)

E-COMMERCE

- Tipologie e modelli di e-commerce
- Gli elementi di un e-commerce di successo
- Il mobile marketing

Lezione 26 , Sabato 04/03/2023 (mattina)

LA GESTIONE DEL MARKET PLACE

- I canali marketplace (Amazon, ebay, Alibaba, ecc.)
- La gestione dei prodotti e le promozioni
- Gli strumenti essenziali per la gestione del marketplace

Lezione 27 , Venerdì 10/03/2023 (pomeriggio)

SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte I)

- La comunicazione sui social e lo storytelling
- Caratteristiche dei social e principali differenze

Lezione 28 , Sabato 11/03/2023 (mattina)

SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte II)

- Tipologie di profilo
- Analisi degli utenti e dei target
- Come leggere le statistiche
- Tipologie di contenuti
- Come utilizzare i contenuti sponsorizzati
- La Customer Experience
- La gestione della community

Lezione 29 , Venerdì 17/03/2023 (pomeriggio)

IL PIANO DI MARKETING

- Marketing Plan

Lezione 30 , Sabato 18/03/2023 (mattina)

PRESENTAZIONE PROJECT WORK

- Presentazione dei progetti e premiazione dei vincitori

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 subentrante esigenze organizzative.