

## **MASTER in DIGITAL MARKETING e WEB MARKETING - Weekend**

Marketing basics, digital strategy e social media management

**On Demand**

### **ON DEMAND - Programma Dettagliato delle Lezioni**

#### **Modulo: BUSINESS FUNDAMENTALS**

##### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E LA FUNZIONE MARKETING INSIEME ALLE ALTRE DIREZIONI**

###### **Lezione 1**

###### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte II)**

- Progettazione organizzativa
- La funzione Marketing e le altre direzioni

###### **Lezione 2**

###### **ORGANIZZAZIONE AZIENDALE (Parte I)**

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

###### **Lezione 3**

###### **BUSINESS MODEL**

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

###### **Lezione 4**

###### **BUSINESS PLAN**

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

#### **Modulo: MARKETING STRATEGICO**

##### **SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO PER LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA**

###### **Lezione 5**

###### **SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO**

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

###### **Lezione 6**

###### **PIANIFICAZIONE STRATEGICA**

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

## Lezione 7

### RICERCHE DI MERCATO

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

## Lezione 8

### COMPORAMENTO DEL CONSUMATORE

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

## **Modulo: MARKETING OPERATIVO**

### **PRODOTTO, STRATEGIE DI PREZZO E DI PROMOZIONE**

## Lezione 9

### IL PRODOTTO (Parte II)

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

## Lezione 10

### IL PRODOTTO (Parte I)

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

## Lezione 11

### PUBBLICITA' E PROMOZIONE

- Pubblicità
- Promozione
- Pubbliche relazioni

## Lezione 12

### IL PREZZO

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

## **Modulo: DISTRIBUZIONE E GESTIONE DEI SERVIZI**

### **RETAIL MANAGEMENT E LA GESTIONE DEI SERVIZI**

## Lezione 13

### DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte II)

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

### Lezione 14

#### DISTRIBUZIONE E RETAIL MANAGEMENT (Parte I)

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

### Lezione 15

#### IL MARKETING ESPERIENZIALE

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

### Lezione 16

#### LA GESTIONE DEI SERVIZI

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

## **Modulo: WEB MARKETING ED E-COMMERCE**

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

### Lezione 17

#### DIGITAL STRATEGY (Parte II)

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

### Lezione 18

#### DIGITAL STRATEGY (Parte I)

- Principi di digital marketing
- Strategia di digital marketing

### Lezione 19

#### PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte II)

- Come sviluppare le personas
- Esercitazione

### Lezione 20

#### PAID, OWNED EARNED MEDIA (Parte I)

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

### Lezione 21

#### 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 22

#### LA SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

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

### Lezione 23

#### CONTENT MARKETING

- Il content marketing
- Tipologie di contenuti
- Blogging

### Lezione 24

#### E-MAIL MARKETING

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

### Lezione 25

#### 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 26

#### E-COMMERCE

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

## **Modulo: SOCIAL MEDIA MARKETING**

### **SOCIAL MEDIA STRATEGY E MANAGEMENT**

### Lezione 27

#### 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 28

#### SOCIAL MEDIA MARKETING (Parte I)

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

### Lezione 29

#### PRESENTAZIONE PROJECT WORK

- Presentazione dei progetti e premiazione dei vincitori

### Lezione 30

#### IL PIANO DI MARKETING

- Marketing Plan

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.