
Fondo Sociale Europeo. Programma Operativo regionale 2014/2020, Asse 3 – Istruzione e formazione – PPO 2016 – Programma specifico n. 53/16 – Percorsi formativi e professionalizzanti integrativi nell’ambito dei percorsi di laurea

Il Dipartimento di Ingegneria e Architettura, nell’ambito del Programma Operativo regionale 2014/2020, Asse 3 – Programma specifico n. 53/16, organizza il seguente percorso formativo professionalizzante integrativo:

MARKETING STRATEGICO E DIGITAL MARKETING – 20 ore - dott. Marco Pilia

Il seminario è suddiviso in due moduli: nel primo modulo ci si pone l’obiettivo di studiare la funzione del marketing all’interno del suo ruolo strategico, che lo vede definire con l’alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato. Un ruolo divenuto ampio: non solo la capacità di usare gli strumenti per identificare i bisogni dei clienti ma anche e soprattutto le competenze per trovare un modo unico e diverso dai concorrenti per soddisfarli, per comunicare con i clienti in modo efficace e promuovere i prodotti in modo redditizio. Il corso mira ad enfatizzare il ruolo del marketing all’interno dell’organizzazione, facendo comprendere le sue relazioni con le altre business unit e definendo il percorso corretto per soddisfare il cliente e remunerare adeguatamente gli azionisti, staccandosi definitivamente dal pensiero che la funzione marketing sia solo pubblicità, promozione e vendite. Nel secondo modulo verrà approfondito il mondo del Digital Marketing, che nasce evoluzione del web marketing tradizionale ed è una disciplina con forte e crescente interesse dall’enorme potenziale per i risultati di business che può produrre e, per tale motivo, nell’ultimo periodo, si è imposta come nuovo strumento strategico di web marketing. Il digital marketing, come suggerisce il termine, pone accento alla capacità di costruire strategie

web mettendo a sistema attività di WEB, SEO, Web-Content, Sem e so. Obiettivo è allineare l'offerta aziendale alla domanda di mercato. E per fare questo, il digital marketing è colui che non lascia mai nulla al caso. Ogni azione è supportata dai dati e, in real time, è in grado di modificare le strategie web e social al fine di puntare ad obiettivi di conversazione.

La frequenza è obbligatoria.

Al termine si terrà una prova finale tesa a verificare il conseguimento dell'obiettivo formativo e nel contempo a permettere allo studente di operare una sintesi delle competenze e conoscenze acquisite. Potrà essere ammesso alla prova finale solo lo studente che abbia acquisito la frequenza pari ad almeno il 70% del percorso (al netto dell'esame)

Modalità di svolgimento del percorso:

DATA	ore previste	dalle ORE - alle ORE	MODULO	TITOLO MODULO	SEDE/AULA	TEORIA	PRATICA	TOT ORE
26/11/2021	2	17.00-19.00	modulo 1	Marketing strategico	FAD	2		2
29/11/2021	4	14.00-18.00	modulo 2/3	Marketing strategico	FAD	4		4
01/12/2021	2	17.00-19.00	modulo 4	Marketing strategico	FAD	2		2
03/12/2021	2	17.00-19.00	modulo 5	Marketing strategico/Digital Marketing	FAD	2		2
10/12/2021	2	17.00-19.00	modulo 6	Digital Marketing	FAD	2		2
15/12/2021	2	17.00-19.00	modulo 7	Digital Marketing	FAD	2		2
17/12/2021	3	16.00-19.00	modulo 8	Digital Marketing	FAD	3		3
20/12/2021	3	16.00-19.00	modulo 9	Prova Finale	FAD	3		3