

Corso a catalogo

MK01 – I principi base del marketing

Sommario

Descrizione/finalità	3
Obiettivi didattici.....	4
Destinatari	5
Contenuti.....	6
Struttura	7

Descrizione/finalità

Il corso fornisce al discente le competenze di base sui principali modelli e tecniche del marketing management.

Obiettivi didattici

Al termine del corso l'allievo sarà in grado di:

- Comprendere il linguaggio del marketing
- Comprendere l'importanza di un piano di Marketing
- Acquisire le competenze di base sui principi del marketing
- Descrivere i componenti del marketing mix
- Conoscere i principali comportamenti di consumatori e imprese
- Elencare i principali modelli di analisi del mercato e della clientela
- Comprendere le evoluzioni del comportamento delle imprese

Destinatari

Product e marketing assistant, responsabile commerciale, addetto alla vendite, consulente marketing aziendale.

Prerequisiti

Nessuno.

Contenuti

Il corso approfondisce le seguenti tematiche:

Argomenti

- Il linguaggio del marketing
- Il Piano Marketing
- Il marketing mix
- Domanda, Mercato e consumo
- L'analisi del mercato
- L'analisi della clientela
- L'evoluzione del Marketing

Struttura

Modulo 1

Unità didattica		Tipologia
1.1	Il linguaggio del marketing	Multimedia Lesson
1.2	Il Piano Marketing	Multimedia Lesson
1.3	Il marketing mix	Multimedia Lesson
1.4	Domanda, Mercato e consumo	Multimedia Lesson
1.5	L'analisi del mercato	Multimedia Lesson
1.6	L'analisi della clientela	Multimedia Lesson
1.7	L'evoluzione del Marketing	Multimedia Lesson
1.8	Mappa interattiva	Mind Map
1.9	Test finale	Test

Durata/ Tempo di apprendimento (parametro 40 slide/ora)

4 ore 48 minuti

Risorse

Sono presenti risorse di approfondimento.

Esercitazioni e test

Sono presenti esercitazioni intermedie (risposta multipla, vero/falso, completamento, abbinamento) e un test finale.