

CORSO DI BRANDING 3.0: dal Marketing alla Promotion (120 Ore)

Obiettivi: Il corso offre agli iscritti la possibilità di acquisire le tecniche di marketing per il corretto posizionamento di *business idea* nei vari mercati di riferimento, facendo leva sui valori dettati dalle attuali logiche di mercato e consentendo di focalizzare l'attenzione sui concetti di promozione e comunicazione, utili a lanciare nuove attività o a rafforzare la presenza di quelle già in essere. L'offerta formativa, inoltre, consente di valutare come migliorare la riconoscibilità del Brand e/o il posizionamento di prodotti/servizi, attraverso l'analisi dei contesti, delle tendenze del mercato e la valutazione dei comportamenti della concorrenza.

La metodologia impiegata in aula prevede lo studio di vari casi aziendali e la pianificazione di molte esercitazioni allo scopo di fornire uno schema di lavoro efficace e puntuale per l'elaborazione di piani che, attraverso una prospettiva multi-disciplinare basata su marketing e comunicazione, consenta agli studenti di affinare le strategie di promozione vs i competitor.

Modulo 1 (16h teoria - 16h pratica) *Marketing e Promotion: il Brand e la personalità di Marca*

Fondamenti delle principali strategie di marketing; analisi dei contesti di mercato: opportunità e minacce; modelli SWOT e modelli qualitativi; gerarchie di Marca.

Modulo 2 (8h teoria - 8h pratica) *Evoluzione del marketing e della comunicazione*

Dai modelli lineari a quelli circolari; analisi della concorrenza; analisi comparativa di vari casi studio.

Modulo 3 (8h teoria - 8h pratica) *Valori e Brand*

Come sono cambiati i valori aziendali negli ultimi 10 anni; L'interazione tra Aziende e Consumatori; Principi e modalità di valutazione dei bisogni e/o desideri dei potenziali consumatori.

Modulo 4 (8h teoria - 8h pratica) *Fascinazione e persuasione nella comunicazione di prodotto/servizio*

Le strategie per comunicare efficacemente elementi hardware e software dei prodotti; I modelli semiotici e la costruzione del senso.

Modulo 5 (4h teoria - 4h pratica) *La creatività e il marketing*

Il ruolo della comunicazione creativa nella presentazione di prodotti/servizi; Analisi delle Aziende più carismatiche.

Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) *Comunicazione e ambiguità di marketing*

Analisi degli errori di comunicazione: studio di alcuni casi aziendali attuali; Evitare fraintendimenti grazie all'analisi dei contesti culturali e linguistici.

Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *Target e segmentazione*

Come suddividere i potenziali acquirenti; Teorie e tecniche della suddivisione per cluster.

Modulo 8 (4h teoria - 4h pratica) *Dal cliente alla strategia*

Struttura del piano di marketing e del piano di comunicazione.

Modulo 9 (4h teoria - 4h pratica) *Brand element*

La costruzione della personalità di Marca attraverso i modelli di marketing 3.0; Etica e orientamenti di pubblico.