

Marketing Management (MaMa)  
Marketing & Sales (MaSa)  
**Marketing & Digital Data (MaDa)**  
Formula Weekend

XVI Edizione / 2017 - 2018

CON IL PATROCINIO DI:





LUISS Business School è accreditata EQUIS (EFMD Quality Improvement System).

---

**COMPANY WITH  
QUALITY SYSTEM  
CERTIFIED BY DNV GL**  
= ISO 9001 =

Il Sistema di Qualità LUISS Business School è certificato UNI EN ISO 9001 – Settore EA: 37 – 35 (attività di consulenza direzionale).



LUISS Business School è struttura accreditata presso la Regione Lazio per le attività di formazione e orientamento.

---

**ASFOR**  
SOCIO ORDINARIO

LUISS Business School è socio ASFOR (Associazione Italiana per la Formazione Manageriale).



LUISS Business School è Registered Education Provider (R.E.P.) del PMI (Project Management Institute).  
*The PMI Registered Education Provider logo is a registered mark of the Project Management Institute, Inc.*

**Se la globalizzazione ha cambiato la morfologia di molti mercati, la digitalizzazione di massa promette di farlo ancora, più profondamente e velocemente. Mai come oggi il know-how e la cultura manageriale di ciascuno sono sottoposti a stress formidabili, che mettono in crisi abitudini e modelli di comportamento.** I mestieri del marketing si sono collocati fra creatività, metodo e tecnica, uniti da una necessaria visione: governare la nuova era del digitale. Dove i mercati sono toccati dalla tecnologia digitale, l'esperienza e le conoscenze acquisite divengono improvvisamente, ed inesorabilmente, obsolete. Reimparare non è più un'opzione, ma un must.

## DESTINATARI

Donne e uomini che stanno sul mercato, si confrontano con un mondo in evoluzione e vogliono vincere il confronto. In particolare:

- **Consulenti direzionali e di comunicazione**
- **Executive manager di imprese e organizzazioni no profit, pubbliche e private**
- **Account e tecnici di società di servizi di marketing**
- **Piccoli imprenditori e startupper**



## Comitato scientifico

### ALBERTO MATTIACCI

Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso la Sapienza, Università di Roma, Dipartimento CORIS. Direttore scientifico Eurispes e Presidente della Società Italiana Marketing

### PAOLO BOCCARDELLI

Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese e Strategie d'impresa presso la LUISS Guido Carli, Dipartimento di Impresa e Management. Direttore LUISS Business School

### MATTEO CAROLI

Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese Internazionali presso la LUISS Guido Carli, Dipartimento di Impresa e Management. Direttore del CeRIIS – Centro di Ricerche Internazionali sull'Innovazione Sociale

### GIANLUCA GREGORI

Pro-Rettore dell'Università Politecnica delle Marche. Docente di Marketing Industriale presso la LUISS Guido Carli, Dipartimento di Impresa e Management



## Comitato tecnico

### MAURO ACCROGLIANO

Head of Consumer & SME Sales, Wind

### ARTURO FRIXA

Direttore Generale Network & Training, Jaguar Land Rover Italia

### RODOLFO MARALLI

Sales & Marketing Director, Banfi Distribuzione

### ALESSANDRO MILITI

Vice President Marketing & Sales, Fox International Channels Italy

### FLAVIO VENTURINI

Adjunct Faculty Member su Digital Skills e Big Data, LUISS Business School

LUISS Business School – Villa Blanc  
Via Nomentana 216 – 00162 Roma

Venerdì: 16:30 – 20:00  
Sabato: 10:00 – 18:00

## PERCHÉ PARTECIPARE



La tua quotidianità è assorbita completamente dalla gestione dell'operativo e **senti di non riuscire più a stare dietro alle novità che i mercati presentano.**



Ti sei laureato diversi anni fa e ti sei accorto da tempo che **ciò che hai studiato allora non regge più il confronto** con i temi della quotidianità.



Senti parlare di Digital Marketing (algoritmi, Big Data, ...) come di una grande opportunità, ma **non capisci ancora bene di che si tratta.**



Gli strumenti digitali richiedono una **competenza e creatività che senti di non possedere al 100%.**



**Non hai frequentato l'università** ma lavori da tempo e hai accumulato un patrimonio di esperienza che senti il bisogno di potenziare con la teoria e il confronto con tecnici esperti.



Stai per **cambiare lavoro, o ruolo** nell'ambito della stessa azienda (o desideri provare a farlo nel prossimo futuro).



**I tuoi clienti sempre più spesso ti sottopongono problemi** le cui soluzioni ti sembrano sempre meno in grado di reggere la sfida digitale.

## VANTAGGI

Il programma permetterà al partecipante di acquisire gli strumenti e le competenze necessarie per:

- **progettare e programmare le attività di marketing in linea con le scelte e gli obiettivi aziendali**
- **gestire in modo efficace ed efficiente l'attività di pianificazione media**
- **conoscere meglio il mercato attraverso gli strumenti di misurazione delle performance**
- **utilizzare efficacemente le tecnologie digitali**
- **analizzare, progettare e valutare la customer base**
- **redigere il piano di marketing**
- **valutare le prestazioni e sviluppare piani di miglioramento della propria forza vendita**
- **comprendere efficacemente le opportunità legate alla gestione di un database in funzione delle attività di marketing**



### Faculty

La Faculty è composta da accademici dell'Università LUISS Guido Carli e di altri prestigiosi Atenei e da professionisti e manager con consolidata esperienza aziendale e didattica.

È possibile richiedere informazioni dettagliate sul corpo docente scrivendo a [marketingcomunicazione@luiss.it](mailto:marketingcomunicazione@luiss.it)

## STRUTTURA

### PERCORSO MARKETING MANAGEMENT

MaMa

3 NOVEMBRE 2017  
17 MARZO 2018

6 MODULI | 19 INCONTRI | 90 ORE



**1**

**NEW MARKETING PRINCIPLES**

3-4/10/17-18 novembre 2017

5 INCONTRI | 21 ORE

**2**

**MARKETING OPERATIONS**

1-2/15-16 dicembre 2017

4 INCONTRI | 18 ORE

**3**

**BRAND MANAGEMENT**

12-13/19-20 gennaio 2018

4 INCONTRI | 18 ORE

### PERCORSO MARKETING & SALES

MaSa

3 NOVEMBRE 2017  
12 MAGGIO 2018

9 MODULI | 28 INCONTRI | 126 ORE



**4**

**CUSTOMER MANAGEMENT**

3/10 febbraio 2018

2 INCONTRI | 12 ORE

**5**

**MARKETING METRICS**

24 febbraio, 3 marzo 2018

2 INCONTRI | 12 ORE

**6**

**MARKETING PLANNING**

16-17 marzo 2018

2 INCONTRI | 9 ORE

### PERCORSO MARKETING & DIGITAL DATA

MaDa

3 NOVEMBRE 2017  
12 MAGGIO 2018

9 MODULI | 27 INCONTRI | 126 ORE



**7**

**PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLE VENDITE**

6-7/13 aprile 2018

3 INCONTRI | 12 ORE

**8**

**GESTIONE, DISEGNO E SVILUPPO DELLE RETI DI VENDITA**

14 aprile, 4-5 maggio 2018

3 INCONTRI | 12 ORE

**9**

**NEGOZIAZIONE E PSICOLOGIA DI VENDITA**

5/11-12 maggio 2018

3 INCONTRI | 12 ORE

**10**

**CUSTOMER CENTRICITY**

6-7 aprile 2018

2 INCONTRI | 9 ORE

**11**

**MARKETING DATA MANAGEMENT**

13-14 aprile, 4-5 maggio 2018

4 INCONTRI | 18 ORE

**12**

**MARKETING DATA ANALYSIS**

11-12 maggio 2018

2 INCONTRI | 9 ORE



## Costi

### Percorsi

#### Marketing Management (MaMa)

COD. Z1247

→ € 4.800,00 + IVA 22%

#### Marketing & Sales (MaSa)

COD. Z1248

→ € 6.200,00 + IVA 22%

#### Marketing & Digital Data (MaDa)

COD. Z1249

→ € 6.200,00 + IVA 22%

### Moduli singoli

- 1** New Marketing Principles  
COD. Z1247.1  
€ 1.600,00 + IVA 22%
- 2** Marketing Operations  
COD. Z1247.2  
€ 1.400,00 + IVA 22%
- 3** Brand Management  
COD. Z1247.3  
€ 1.400,00 + IVA 22%
- 4** Customer Management  
COD. Z1247.4  
€ 1.100,00 + IVA 22%
- 5** Marketing Metrics  
COD. Z1247.5  
€ 1.100,00 + IVA 22%
- 6** Marketing Planning  
COD. Z1247.6  
€ 900,00 + IVA 22%
- 7** Pianificazione e controllo delle vendite  
COD. Z1248.1  
€ 1.100,00 + IVA 22%
- 8** Gestione, disegno e sviluppo delle reti di vendita  
COD. Z1248.2  
€ 1.100,00 + IVA 22%
- 9** Negoziazione e psicologia di vendita  
COD. Z1248.3  
€ 1.100,00 + IVA 22%
- 10** Customer Centricity  
COD. Z1249.1  
€ 900,00 + IVA 22%
- 11** Marketing Data Management  
COD. Z1249.2  
€ 1.400,00 + IVA 22%
- 12** Marketing Data Analysis  
COD. Z1249.3  
€ 900,00 + IVA 22%



## Agevolazioni

→ Sono previste riduzioni delle quote di partecipazione per **i laureati LUISS, gli ex partecipanti LUISS Business School**, per chi acquista **più moduli** e per le richieste di iscrizione pervenute alla Segreteria almeno **30 giorni prima della data di inizio dei corsi**.

### Pacchetti e riduzioni

L'acquisto a pacchetti dei moduli è così articolato:

#### Pacchetti

2 moduli a scelta:  
riduzione del **10%**

3 moduli a scelta:  
riduzione del **15%**

4 moduli a scelta:  
riduzione del **20%**

5 moduli a scelta:  
riduzione del **25%**

6 moduli a scelta:  
riduzione del **30%**

7/8 moduli a scelta:  
riduzione del **35%**



## Attestato di frequenza

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione (frequenza minima richiesta: **80% delle attività di formazione**).

## PROGRAMMA

### 1 New Marketing Principles

Il nuovo marketing: il mercato, il valore, l'innovazione

I processi di marketing: le misure di mercato e la sfida digitale

La domanda: tendenze e schemi di analisi

Pensare strategico fra on e offline

Conoscere il mercato: dati e informazioni

### 2 Marketing Operations

I Media: struttura, fruizione e investimento fra on e offline

Il Trade: struttura, relazioni e investimento fra on e offline

Il Cliente: conoscerlo per valorizzarlo

Tattiche di mercato: consumer e trade promotion

Tattiche di mercato: prezzo e merchandising

Tattiche di mercato nell'ambiente digitale

### 3 Brand Management

Branding: offrire valore al cliente fra on e offline

Pianificare la comunicazione per il brand nell'era digitale

Omnichannel: governare il brand nei canali

Innovazione: strategie di valorizzazione del brand

Consumer Neurosciences

### 4 Customer Management

Customer Economies: il valore del cliente

Segmentazione e Profilazione

Customer satisfaction e fidelization fra on e offline

Il CRM strategico e operativo

### 5 Marketing Metrics

Logiche di Management: marketing e performance d'impresa

Le metriche classiche

Le metriche digitali

### 6 Marketing Planning

Principi di pianificazione

La struttura del Piano

Piano strategico e operativo

At Work! Laboratorio di marketing plan con software dedicato

### 7 Pianificazione e controllo delle vendite

Piano strategico di vendita

Budget e sistemi di previsione delle vendite

Analisi della redditività delle vendite

Analisi degli scostamenti, reporting e sistemi di controllo

Sistemi di controllo del valore

### 8 Gestione, disegno e sviluppo delle reti di vendita

Modelli di pianificazione e organizzazione delle reti vendita

Ricerca, selezione, formazione e controllo dei venditori

Indicatori di performance della rete vendita

Sistemi d'incentivazione delle reti vendita

Modelli di geomarketing a supporto delle vendite

CRM per la vendita

### 9 Negoziazione e psicologia di vendita

Negoziazione istituzionale e di prodotto

Tecniche avanzate di persuasione negoziale

Tecniche psicologiche applicate

Comunicazione personale convincente

Superamento degli obiezioni e delle criticità

Vendita 2.0

Modelli di promozione vendite per fiere ed eventi

### 10 Customer Centricity

Customer Centricity: principio, metodi, strumenti

Big Data e marketing: scoprire il dato digitale

Big Data Analysis: estrarre significato per la customer centricity

### 11 Marketing Data Management

L'esplorazione del dato: principi e metodo

L'esplorazione del dato: tecniche

Modellare ed arricchire il dato: principi e metodo

Modellare e arricchire il dato: tecniche

### 12 Marketing Data Analysis

Modelli di analisi per il marketing: principi e metodo

Modelli di analisi per il marketing: tecniche

## ISCRIZIONE

### MODALITÀ DI ISCRIZIONE

L'iscrizione al corso si perfeziona inviando all'indirizzo e-mail [segreteriaexecutiveedu@luiss.it](mailto:segreteriaexecutiveedu@luiss.it) la **scheda di iscrizione** (scaricabile dal sito [www.businessschool.luiss.it](http://www.businessschool.luiss.it)) debitamente compilata e sottoscritta.

### MODALITÀ DI RATEIZZO

Solo per le iscrizioni al programma completo è possibile rateizzare l'importo in 3 tranches:

- ① **I rata:** 50% della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School
- ② **II rata:** 30% della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School
- ③ **III rata:** 20% della quota di partecipazione, secondo il calendario comunicato da LUISS Business School

Il pagamento dei singoli moduli va effettuato in unica soluzione.

### RECESSO

→ Il candidato potrà recedere dal contratto senza corrispondere alcuna penale [entro e non oltre i 15 giorni di calendario anteriori la data di inizio del Corso/Percorso](#), comunicando la decisione del recesso via **e-mail** seguita da **lettera raccomandata** con avviso di ricevimento ed indirizzata a: LUISS Business School - divisione LUISS Guido Carli - Via Nomentana, 216 - 00162 Roma.

→ È, inoltre, consentita la facoltà di recedere dal contratto, **corrispondendo una penale pari al 50%** della Quota, comunicando la decisione del recesso con le medesime modalità sopra descritte [entro e non oltre i 5 giorni di calendario anteriori la data di inizio del Corso/Percorso](#). In tali casi LUISS Business School provvederà a restituire l'importo della Quota versata per cui sia eventualmente dovuto il rimborso ai sensi di quanto previsto dai precedenti periodi entro i 60 giorni successivi alla data in cui LUISS Business School avrà avuto conoscenza dell'esercizio del recesso.

→ In aggiunta al diritto di recesso previsto nel precedente capoverso, in caso di sottoscrizione del contratto da parte di persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale, è consentita, ai sensi del d. lgs. n. 206/2005, la facoltà di recesso **senza dover corrispondere alcuna penale** e senza dover fornire alcuna motivazione [entro il quattordicesimo giorno successivo alla sua conclusione](#).

Per esercitare tale diritto, il candidato è tenuto a far pervenire, entro il medesimo termine, alla LUISS Business School – divisione LUISS Guido Carli - Via Nomentana, 216 - 00162 Roma – a mezzo **lettera raccomandata A/R**, una espressa dichiarazione contenente la volontà di recedere dal contratto. A tal fine il recedente potrà utilizzare il modulo tipo, non obbligatorio, di recesso allegato alla presente brochure.

In caso di recesso validamente esercitato, LUISS Business School provvederà a rimborsare al candidato la somma da questi versata entro il quattordicesimo giorno successivo alla data in cui LUISS Business School avrà avuto conoscenza dell'esercizio del recesso. Detti rimborsi saranno effettuati utilizzando lo stesso mezzo usato dall'interessato per il pagamento. In ogni caso, l'interessato non dovrà sostenere alcun costo quale conseguenza del rimborso.



Marketing Management (MaMa)



Marketing & Sales (MaSa)



Marketing & Digital Data (MaDa)

Per approfondimenti,  
visita le pagine dei programmi

