



Marketing Management (MaMa)
Marketing & Sales (MaSa)
Marketing & Digital Data (MaDa)

17^a Edizione 2018

Z1272 - Z1273 - Z1274

 **Formula Weekend**

 **13 Aprile 2018**

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.

OBIETTIVI

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**

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**

STRUTTURA

Percorso **Marketing Management** (MaMa) – **Moduli 1, 2, 3, 4, 5, 6** / 21 incontri, 90 ore di formazione

Percorso **Marketing & Sales** (MaSa) – **Moduli 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9** / 29 incontri, 126 ore di formazione

Percorso **Marketing & Digital Data** (MaDa) – **Moduli 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 11, 12** / 29 incontri, 126 ore di formazione

PROGRAMMA

1° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO – MARKETING METRICS

- Logiche di Management: marketing e performance d'impresa
- Le metriche classiche
- Le metriche digitali

6° MODULO - MARKETING PLANNING

- Principi di pianificazione
- La struttura del Piano
- Piano strategico e operativo
- At Work! Laboratorio di marketing plan con software dedicato

7° MODULO - 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° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO – 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° MODULO - MARKETING DATA ANALYSIS

- Modelli di analisi per il marketing: principi e metodo
- Modelli di analisi per il marketing: tecniche

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 Accroglia, Consumer Fixed Marketing Vice President, TIM

Arturo Frixia, Direttore Generale Network & Training, Jaguar Land Rover Italia

Rodolfo Maralli, Sales & Marketing Director, Banfi Distribuzione

Alessandro Miliati, Vice President Marketing & Sales, Fox International Channels Italy

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

FACULTY

La faculty è composta da accademici dell'Università LUISS Guido Carli e di altri prestigiosi atenei, oltre che da professionisti e manager con consolidata esperienza aziendale e didattica.

E' possibile richiedere informazioni dettagliate sul corpo docente scrivendo a economicofinanziaria@luiss.it

SEDE

LUISS Business School
Villa Blanc - Via Nomentana, 216
00162 Roma

ORARIO

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

ATTESTATO DI FREQUENZA

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

CALENDARIO E QUOTE D'ISCRIZIONE

- Percorso **Marketing Management** (MaMa) – cod. Z1272 / 13 aprile 2018 – 29 settembre 2018 / EUR 4.800 + IVA 22%
- Percorso **Marketing & Sales** (MaSa) – cod. Z1273 / 13 aprile 2018 – 10 novembre 2018 / EUR 6.200 + IVA 22%
- Percorso **Marketing & Digital Data** (MaDa) – cod. Z1274 / 13 aprile 2018 – 10 novembre 2018 / EUR 6.200 + IVA 22%

SINGOLI MODULI

- **New Marketing Principles** – cod. Z1272.1 / 5 incontri, 21 ore di formazione / 13, 14, 20, 27, 28 aprile 2018 / EUR 1.600 + IVA 22%
- **Marketing Operations** – cod. Z1272.2 / 4 incontri, 18 ore di formazione / 11, 12, 18, 19 maggio 2018 / EUR 1.400 + IVA 22%
- **Brand Management** – cod. Z1272.3 / 4 incontri, 18 ore di formazione / 8, 9, 15, 16 giugno 2018 / EUR 1.400 + IVA 22%
- **Customer Management** – cod. Z1272.4 / 2 incontri, 12 ore di formazione / 7, 14 luglio 2018 / EUR 1.100 + IVA 22%
- **Marketing Metrics** – cod. Z1272.5 / 2 incontri, 12 ore di formazione / 15, 22 settembre 2018 / EUR 1.100 + IVA 22%
- **Marketing Planning** – cod. Z1272.6 / 2 incontri, 9 ore di formazione / 28, 29 settembre 2018 / EUR 900 + IVA 22%
- **Pianificazione e controllo delle vendite** – cod. Z1273.1 / 3 incontri, 12 ore di formazione / 12, 13, 19 ottobre 2018 / EUR 1.100 + IVA 22%
- **Gestione, disegno e sviluppo delle reti di vendita** – cod. Z1273.2 / 3 incontri, 12 ore di formazione / 20, 26, 27 ottobre 2018 / EUR 1.100 + IVA 22%
- **Negoziare e psicologia di vendita** – cod. Z1273.3 / 3 incontri, 12 ore di formazione / 27 ottobre; 9, 10 novembre 2018 / EUR 1.100 + IVA 22%
- **Customer Centricity** – cod. Z1274.1 / 2 incontri, 9 ore di formazione / 12, 13 ottobre 2018 / EUR 900 + IVA 22%
- **Marketing Data Management** – cod. Z1274.2 / 4 incontri, 18 ore di formazione / 19, 20, 26, 27 ottobre 2018 / EUR 1.400 + IVA 22%
- **Marketing Data Analysis** – cod. Z1274.3 / 2 incontri, 9 ore di formazione / 9, 10 novembre 2018 / EUR 900 + IVA 22%

AGEVOLAZIONI FINANZIARIE

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:

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%

ISCRIZIONE

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento da parte di LUISS Business School Divisione di LUISS Guido Carli della scheda di iscrizione (scaricabile dal sito businessschool.luiss.it) debitamente compilata e sottoscritta all'indirizzo e-mail segreteriaexecutiveedu@luiss.it.

MODALITÀ DI RECESSO

È possibile 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 -Villa Blanc - 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 dal presente art. 7.1 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 di cui al precedente capoverso, in caso di sottoscrizione del presente 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 dal presente contratto senza dover corrispondere alcuna penale e senza dover fornire alcuna motivazione entro il quattordicesimo giorno successivo alla sua conclusione.

Per esercitare tale diritto l'interessato è tenuto a far pervenire, entro i termini qui convenuti, alla LUISS Business School - divisione LUISS Guido Carli - Villa Blanc - 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, 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.

Contatti

Executive Education

LUISS Business School
Marketing, Sales & Communication
Via Nomentana, 216 - 00162 Roma
(+39) 06 85 222 371
marketingcomunicazione@luiss.it
www.businessschool.luiss.it

CERTIFICAZIONI E RICONOSCIMENTI



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



LUISS Business School è socio ASFOR (Associazione per la Formazione alla Direzione Aziendale).



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



LUISS Business School è REP Registered Education Provider del PMI, il Project Management Institute.

The PMI Registered Education Provider logo is a registered mark of the Project Management Institute, Inc.



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