

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 (127IN)

Docente: prof. Marco Pilia

Obiettivi:

Il corso è suddiviso in due moduli nel primo modulo il corso 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.

- Il percorso verrà attivato solo qualora si raggiunga un numero minimo di partecipanti pari a 10 ed è previsto un numero massimo di 25 partecipanti.
- 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.

Modalità di svolgimento del percorso:

la durata complessiva è di **20 ore**, e si articolerà in **2 o 3 ore** di lezione/esercitazione al termine del quale si svolgerà una prova finale di **1 ora** che consisterà nella simulazione di un caso di problem solving individuale o di gruppo.

Il percorso si svolgerà **dal 20 novembre al 13 dicembre 2019**, presso l'ex Ospedale Militare (Via Fabio Severo 40), **aule 1LA, 1LB (I piano) e Spazio Coworking (II piano)**, con il seguente calendario:

- 20/11/2019: ore 15-18 (3 ore)
- 27/11/2019: ore 17-19 (2 ore)
- 29/11/2019: ore 14-17 (3 ore)
- 04/12/2019: ore 14-17 (3 ore)
- 06/12/2019: ore 14-17 (3 ore)
- 11/12/2019: ore 14-17 (3 ore)
- 13/12/2019: ore 14-16 (2 ore)
- 13/12/2019: ore 16-17 (1 ora di prova finale)