


Denominazione Corso	Tecniche E Applicazioni Di Marketing
Sezione	Sezione 3 - Offerta Formativa su Competenze Tecnico Professionali correlate al RRF
Figura di Riferimento	381 - tecnico delle attività di marketing 
Durata (in ore)	200
N.ro Ore Aula	200
N.ro Ore Laboratorio	0
Tipologia Laboratorio	
Prerequisiti d'ingresso	Diploma di scuola superiore
Struttura del Percorso e Contenuti Formativi	<p>Analisi del mercato di riferimento (Codice UC - 1655) - durata in ore 70 - Contenuti: principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto; principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità; qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori; teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda; settori, mercati; posizionamento strategico; vantaggio competitivo; targeting e segmentation; marketing management, marketing operativo</p> <p>Configurazione di un'offerta di prodotti/servizi (Codice UC - 1656) - durata in ore 70 - Contenuti: metodologie e strumenti di benchmarking per configurare l'offerta di prodotti/servizi; organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica; principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità); qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori; teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda; settori, mercati; posizionamento strategico; vantaggio competitivo; targeting e segmentation; marketing management, marketing operativo</p> <p>Coordinamento delle operazioni di lancio e vendita del prodotto/servizio (Codice UC - 1658) - durata in ore 60 - Contenuti: modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale; principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità); indicatori</p>
Modalità di Valutazione Finale degli Apprendimenti	Il sistema di verifica e valutazione degli apprendimenti in itinere e finale è parte essenziale ed integrante del metodo didattico. Esso è elemento motivante ed incentiva sforzo ed iniziativa; permette un costante feedback sia nei riguardi dello studente che in quelli del corpo docente sui progressi nel processo di apprendimento. Aiuta inoltre il docente ed il team didattico stesso a controllare l'efficacia delle metodologie didattiche utilizzate. Il metodo di verifica usato per ogni prova sarà coerente con le strategie didattiche impiegate nella relativa area disciplinare o UC e deve permettere allo studente di dimostrare di aver conseguito i livelli di preparazione richiesti. Oltre alle prove di verifica in itinere al termine del percorso formativo saranno strutturate e somministrate prove di verifica scritte ovvero scritte ed orali il cui obiettivo sarà verificare in particolare il livello raggiunto di conoscenze e capacità previste e descritte nelle UC primarie e negli ulteriori moduli formativi completano il percorso formativo.
Attestazione Finale	Dichiarazione degli apprendimenti
Fabbisogno Occupazionale (solo se nuovo YG)	non pertinente