

Allegato 1

MARKETING INTERNAZIONALE ORE 24

Il corso si propone di fornire conoscenze avanzate di marketing internazionale, sviluppando l'approfondimento delle tematiche relative alla selezione dei paesi esteri, alla scelta delle modalità di entrata e dei canali distributivi, alle relazioni di canale a livello internazionale. Occorre affrontare i criteri per un approccio strategico alla pianificazione commerciale internazionale, con particolare riferimento al collegamento fra marketing e controllo ai fini di una corretta impostazione del budget Paese.

Contenuti

I modelli teorici per i percorsi di sviluppo internazionale delle imprese

La scelta del numero di paesi

La selezione dei mercati

La scelta delle modalità di entrata

Strumenti di promozione per lo sviluppo dei mercati esteri

Focus di approfondimento: budget paese

SOCIAL MEDIA MARKETING ore 28

Alla fine del corso, i partecipanti avranno tutti gli strumenti per iniziare a costruire una strategia di social media marketing di successo, per il proprio progetto personale o come competenza da spendere su un mercato del lavoro sempre più attento a questi temi.

Contenuti

Nel percorso si deve far pratica con le tecniche di social marketing su Facebook, Instagram e LinkedIn. Approfondimento su tutte le fasi necessarie a creare una presenza efficace sui social: dalla ricerca di una narrazione efficace dell'identità di un brand alla costruzione di un piano editoriale multicanale, dalle strategie di advertising agli strumenti di verifica dell'efficacia della propria progettazione per continuare a migliorarla nel tempo.