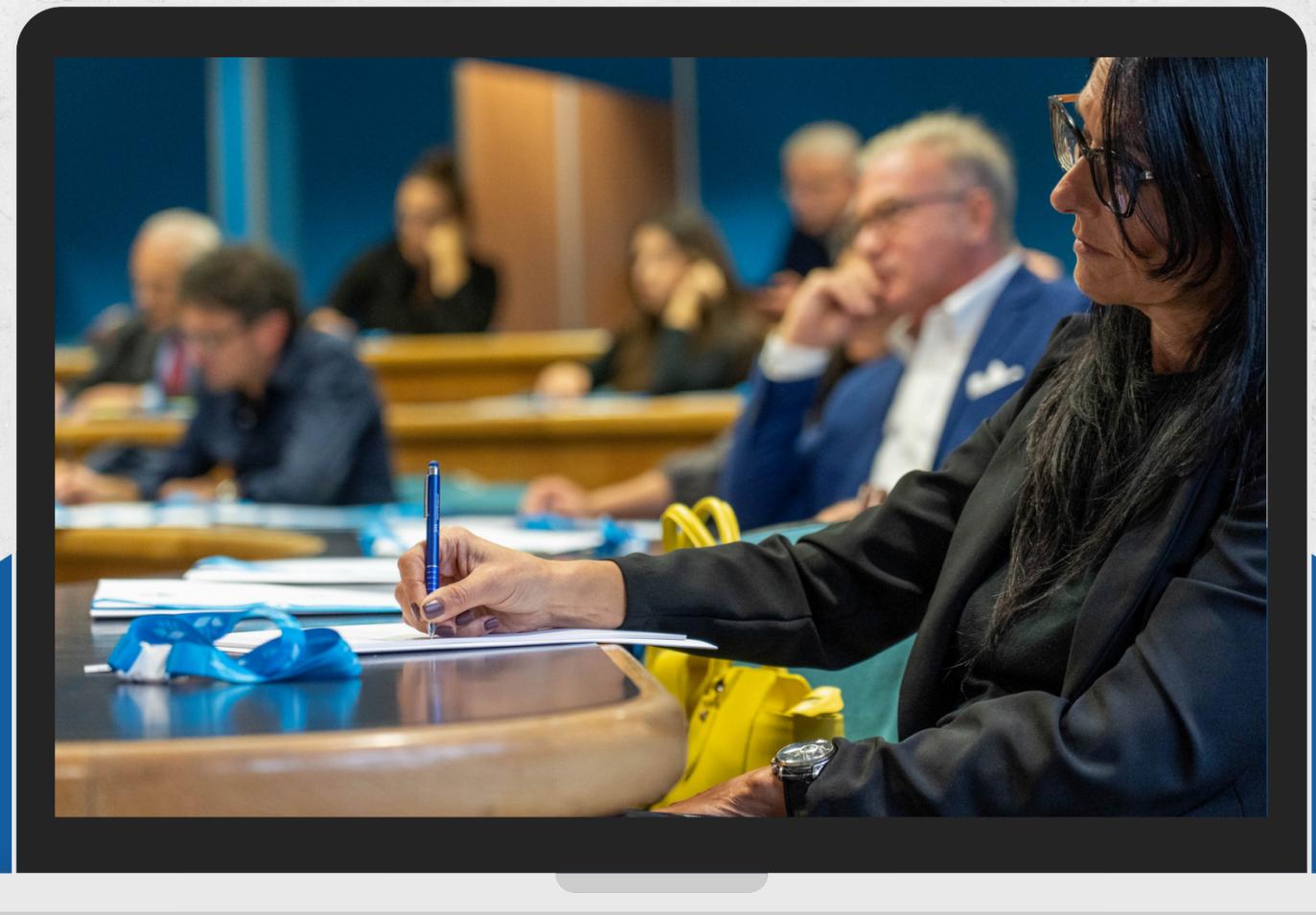


# Executive Master in **Management del Marketing**

🕒 Durata: 144 ore

✉ Mail:  
[elenco\\_corsi\\_on\\_demand.saa@unito.it](mailto:elenco_corsi_on_demand.saa@unito.it)

- Possibilità di iscrizione al singolo modulo



## 1

## Introduzione al marketing, concetti e definizioni, pianificare una strategia di marketing

### Obiettivi

- Conoscere i concetti di base e l'ambito operativo del marketing
- Saper analizzare segmenti di mercato, target di riferimento e competitors in chiave di marketing strategico
- Saper creare un marketing mix
- Saper valorizzare i risultati di ricerca in chiave di marketing: dall'orientamento al prodotto a quello al cliente
- Saper individuare le strategie ed i canali commerciali più idonei per differenziare mercati di sbocco e prodotti/servizi sulla base del mercato
- Saper sviluppare un piano di marketing operativo

## 2

## Strumenti di marketing digitale e social media marketing

### Obiettivi

- Conoscere gli strumenti del marketing digitale e le loro applicazioni in ambito del piano di marketing (SEO - Search Engine Optimization, PPC - Pay Per Click Advertising)
- Saper impostare una strategia di marketing che utilizzi i social media
- Saper produrre contenuti coerenti con le caratteristiche dei canali online
- Saper utilizzare tecniche per migliorare i tassi di conversione sulle pagine di destinazione
- Conoscere la peculiarità del mobile marketing
- Saper valutare il ruolo degli influencer nel marketing digitale
- Conoscere l'Email Marketing e il marketing automation e saperlo utilizzare adattando un adeguato content marketing

## 3

### **Gli strumenti di analisi dei dati nel marketing e di valutazione delle performance**

#### **Obiettivi**

- Saper utilizzare strumenti analitici per monitorare e valutare le performance di marketing.
- Saper interpretare i dati per la presa di decisioni basate sui risultati di vendita
- Saper ottimizzare le campagne di marketing in base ai dati raccolti
- Saper utilizzare strumenti di analisi web per raccogliere e interpretare dati per monitorare strategia e piano di marketing
- Saper definire e valutare le metriche chiave di performance e identificazione di opportunità di miglioramento dell'utilizzo di strumenti di marketing digitale e social media
- Saper realizzare una efficace reportistica e presentazione dei risultati

## 4

### **E-commerce e vendite on-line**

#### **Obiettivi**

- Conoscere le caratteristiche dell' e-commerce e le più importanti piattaforme per svilupparlo
- Saper identificare le differenze tra le diverse forme di e-commerce utilizzabili
- Saper impostare la propria strategia e-commerce

## 5

## Comunicazione e pubblicità e marketing industriale

### Obiettivi

- Saper applicare il concetto di comunicazione di impresa quale funzione strategica di ogni realtà organizzata
- Saper riconoscere le diverse tipologie di comunicazione
- Saper considerare la coerenza dei rapporti tra impresa e stakeholder
- Saper applicare gli step fondamentali di un piano di comunicazione integrata efficace
- Comprendere il legame tra comunicazione, sostenibilità e reputazione
- Saper come realizzare una efficace campagna pubblicitaria

## 6

### Strategia distributiva

#### Obiettivi

- Saper integrare la strategia di distribuzione all'interno del piano di marketing
- Saper definire gli obiettivi della strategia distributiva e identificare le principali variabili controllabili per una efficace politica distributiva
- Saper identificare, valutare e applicare adeguati modelli di gestione della strategia distributiva

# PRICING



Durata: **144 ore**



Costo d'iscrizione:  
**4.000**

- È previsto un numero minimo di iscritti per l'attivazione del corso

- Modulo 1 - **32 ore**
- Modulo 2 - **24 ore**
- Modulo 3 - **20 ore**
- Modulo 4 - **20 ore**
- Modulo 5 - **28 ore**
- Modulo 6 - **20 ore**