

B2B Marketing e Sales Management

PARTE I - INFORMAZIONI GENERALI

Tipologia di corso

Corso Perfezionamento

Titolo del corso

B2B Marketing e Sales Management

PARTE II - REGOLAMENTO DIDATTICO ORGANIZZATIVO

Indirizzo web del corso

-

Il Corso di Studio in breve

Il corso si pone come obiettivo quello di fornire un'occasione per conoscere le dinamiche principali dei mercati B2B, le loro specificità, i loro modelli e scenari competitivi. In particolari saranno approfonditi gli insegnamenti relativi alle tecniche e politiche di marketing e vendita sia nello scenario tradizionale che in quello digitale. Saranno trattati alcuni scenari settoriali per mostrare le principali e diverse dinamiche competitive e di settore. Saranno inoltre presentati diverse case studies italiani ed internazionali.

Obiettivi formativi specifici del Corso

Gli obiettivi formativi specifici sono i seguenti. Comprensione del mercato B2B e delle sue principali caratteristiche. Comprensione degli scenari competitivi e dei processi decisionali di acquisto. Tecniche e politiche di vendita B2B Gestione del territorio, del settore e del parco clienti Sales Management Account Management Opportunity Management B2B Vertical Overview: Hardware, Software, Servizi/Project Selling Advertising/Financial Services/ Telecommunication/Digital Services Analisi di mercato e progettazione di un piano di marketing e comunicazione B2B

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Vari Profili Commerciali Agenti-Rappresentanti Venditori Junior Account Manager/Account Manager Key Account Manager Sales Director Assistenti alle vendite/Sales operations Telesales operator/Customer services Marketing operator/Assistant

Capacità di apprendimento

Le capacità di apprendimento sono valutate con riferimento al test finale sia tramite il costante dialogo con i docenti e la Faculty nel suo complesso, cui è demandata anche la valutazione dell'aula sotto il profilo dell'impegno, della partecipazione e dell'interesse mostrato.

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscenza delle tematiche connesse al marketing mirata alla realizzazione di un'efficace relazione ed engagement del cliente

Prova finale

Il corso si completa con una prova scritta. Non ci sono prove intermedie.

Requisiti di ammissione

Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali con preferenza per laureati in: discipline Economiche, Sociali e Ingegneria (laurea vecchio ordinamento, laurea triennale o laurea magistrale).

Obiettivi formativi specifici

Gli obiettivi formativi specifici sono i seguenti. Comprensione del mercato B2B e delle sue principali caratteristiche. Comprensione degli scenari competitivi e dei processi decisionali di acquisto. Tecniche e politiche di vendita B2B Gestione del territorio, del settore e del parco clienti Sales Management Account Management Opportunity Management B2B Vertical Overview: Hardware, Software, Servizi/Project Selling Advertising/Financial Services/ Telecommunication/Digital Services Analisi di mercato e progettazione di un piano di marketing e comunicazione B2B

Informazioni utili agli studenti

Sono ammessi uditori

Descrizione modalità di svolgimento

Il corso si pone come obiettivo quello di fornire un'occasione per conoscere le dinamiche principali dei mercati B2B, le loro specificità, i loro modelli e scenari competitivi. In particolari saranno approfonditi gli insegnamenti relativi alle tecniche e politiche di marketing e vendita sia nello scenario tradizionale che in quello digitale. Saranno trattati alcuni scenari settoriali per mostrare le principali e diverse dinamiche competitive e di settore. Saranno inoltre presentati diverse case studies italiani ed internazionali.

Requisiti di ammissione

Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali con preferenza per laureati in: discipline Economiche, Sociali e Ingegneria (laurea vecchio ordinamento, laurea triennale o laurea magistrale).

Numero di posti

40

Durata prevista

3 Mese

Crediti previsti

10

Lingua di insegnamento

ITA

Modalità didattica

Convenzionale

Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

Tasse di iscrizione

| Importo totale | Scadenza |
|----------------|------------|
| € 990,00 | 31/01/2022 |

All'importo della prima rata o della rata unica sono aggiunti l'imposta fissa di bollo e il contributo per il rilascio del diploma o dell'attestato. Le quote di iscrizione non sono rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al Corso.

Esonero dalle tasse di iscrizione

È previsto l'esonero totale delle tasse e dei contributi per uno studente con disabilità documentata pari o superiore al 66%.

Possono essere previste borse di studio "interne" o borse di studio "esterne" da parte di enti diversi. Qualora si dovesse rendere necessario, la selezione verrà effettuata tra gli studenti iscritti con le seguenti modalità:

a) valutazione selezione per titoli (mediante analisi dei CV dei candidati) b) esame orale su tematiche del corso c) reddito da dichiarazione ISEE.

Rilascio titolo congiunto

Titolo normale

Direttore del Corso

Pezzi Alberto

PIANO DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

| Anno | Denominazione | SSD | CFU | Ore | Tipo Att. | Lingua |
|------|--|-----------|-----|-----|-----------|--------|
| 1 | 21210287 - B2B Marketing | SECS-P/08 | 3 | - | AP | ITA |
| 1 | 21210286 - Il mercato del B2B | SECS-P/08 | 2 | - | AP | ITA |
| 1 | 21210289 - Seminari e Workshop | SECS-P/08 | 2 | - | AP | ITA |
| 1 | 21210288 - Tecniche e politiche di vendita | SECS-P/08 | 3 | - | AP | ITA |

OBIETTIVI FORMATIVI

21210287 - B2B Marketing

Italiano

Apprendimento delle principali tecniche di marketing e comunicazione, targeting e segmentazione, e definizione del marketing-mix

Inglese

Learning of the main marketing and communication techniques, targeting and segmentation, and definition of the marketing-mix.

21210286 - Il mercato del B2B

Italiano

Sviluppare la conoscenza delle caratteristiche, delle dinamiche competitive e dei modelli esistenti del processo di acquisto dei mercati B2B.

Inglese

Develop knowledge of the characteristics, competitive dynamics and existing models of the purchasing process of B2B markets.

21210289 - Seminari e Workshop

Italiano

Presentazioni di casi di studio reali, progetti significativi ed esercitazioni pratiche.

Inglese

Presentations of real case studies, significant projects and practical exercises.

21210288 - Tecniche e politiche di vendita

Italiano

Apprendimento delle principali tecniche e politiche di vendita, Sales planning, account management, opportunity management, negotiation skills.

Inglese

Learning of the main sales techniques and policies, Sales planning, account management, opportunity management, negotiation skills.