

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

<https://economieziendale.uniroma3.it/didattica/post-lauream/master-e-corsi-di-perfezionamento/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

70 ore di lezione frontale in modalità mista, prevalentemente on line

Requisiti di ammissione

Scadenza delle domande 24 gennaio 2023 Il corso si rivolge a laureati triennali e magistrali con preferenza per laureati in: discipline Economiche, Sociali e Ingegneristiche (laurea vecchio ordinamento, laurea triennale o laurea magistrale) L'ammissione al Corso è subordinata ad una selezione per titoli mediante una accurata analisi dei CV dei candidati Sono previsti partecipanti in qualità di uditori

Numero di posti

40

Durata prevista

3 Mese

Crediti previsti

10

Lingua di insegnamento

ITA

Modalità didattica

Prevalentemente Distanza

Tasse di iscrizione ed eventuali esoneri

990€ in un'unica soluzione a cui vanno aggiunte imposta di bollo e tassa di diploma con scadenza al 31 Gennaio 2023.

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