

## **Strategie competitive per le imprese di successo - AREA MARKETING OPERATIVO**

<b>Categoria</b>	DIEC - Dipartimento di Economia
<b>Periodo</b>	Da definire
<b>Durata</b>	16 ore
<b>Orario</b>	4 incontri da 4 ore.
<b>Modalità di svolgimento</b>	
<b>Costo a Partecipante</b>	€ 700,00 + IVA per aziende non associate € 630,00 + IVA per aziende associate
<b>Destinatari</b>	Imprenditori, Marketing Manager, Sales Manager, Addetti ufficio marketing & sales.
<b>Premessa</b>	AREA MARKETING OPERATIVO
<b>Programma</b>	1. Il settore e le risorse delle imprese: 1.1. il settore di attività produttiva e le sue caratteristiche; 1.2. tipologie e analisi delle risorse interne alle imprese; 1.3. esercitazione su risorse e settore. 2. Le strategie (I): 2.1. la differenziazione; 2.2. la segmentazione, il targeting e il posizionamento; 2.3. applicazione del modello STP. 3. Le strategie (II): 3.1. la diversificazione del prodotto; 3.2. la diversificazione geografica: l'internazionalizzazione delle imprese; 3.3. l'integrazione verticale. 4. Le strategie (III): 4.1. la leadership di costo e la focalizzazione; 4.2. l'innovazione; 4.3. le alleanze tra le imprese.
<b>Obiettivi</b>	L'obiettivo del presente corso è quello di presentare le varie problematiche e potenzialità inerenti alle strategie competitive delle imprese e le risorse che possono essere utilizzate per affrontare tali strategie. All'interno di ciascuna lezione ci

saranno delle parti dedicate agli aspetti teorici, con esempi pratici, e a delle attività da svolgere in aula da parte dei partecipanti allo scopo di mettere in pratica gli elementi teorici presentati.

Relatore

Prof. Simone Poledrini.