

Digital Marketing e Gestione del Brand: strategie operative e leve del marketing mix

DURATA CORSO: 24

AMBITO: MARK Marketing, vendite, comunicazione e statistica

CODICE COMPETENZA: MARK.24.04.02.RA2 Sviluppare il marketing mix operativo

DESCRIZIONE DEL CORSO

Il corso risponde all'esigenza delle imprese di gestire e sviluppare in modo integrato il marketing mix operativo, in mercati caratterizzati da crescente digitalizzazione, elevata concorrenza e rapida evoluzione dei comportamenti d'acquisto. Il percorso nasce dalla necessità di superare approcci promozionali estemporanei e non coordinati, adottando metodologie di pianificazione capaci di integrare la gestione del brand, le politiche di prezzo, i canali distributivi e le strategie di comunicazione. L'obiettivo formativo è fornire ai partecipanti conoscenze e strumenti per definire e attuare un piano operativo di marketing coerente con gli obiettivi strategici aziendali, l'identità di marca e le esigenze del mercato. In particolare, il corso mira a sviluppare competenze per costruire il posizionamento competitivo del brand, mantenere una comunicazione coerente e tutelare il valore della marca nel tempo.

Il percorso approfondisce inoltre le politiche di prezzo, considerando i costi aziendali, il valore percepito dai clienti, la concorrenza e i modelli tariffari digitali. Vengono affrontate le strategie di pianificazione e gestione dei canali distributivi, con particolare attenzione all'integrazione tra punti vendita fisici, e-commerce e marketplace, per creare percorsi d'acquisto efficaci e coordinati. Infine, vengono esaminate le modalità per collegare la comunicazione operativa alla strategia aziendale, integrando content marketing, campagne pubblicitarie digitali e relazioni pubbliche online.

Il corso ha una durata complessiva di 24 ore e si articola in una sequenza didattica progressiva che comprende:

- Brand management: costruzione del posizionamento, storia della marca e tutela del valore del brand.
- Politiche di pricing: calcolo dei costi, analisi del valore percepito e modelli di prezzo dinamici e digitali.
- Canali distributivi omnicanale: integrazione tra retail tradizionale, piattaforme e-commerce e marketplace internazionali.
- Comunicazione operativa: gestione integrata dei contenuti, campagne pubblicitarie online e digital PR.

La metodologia didattica è orientata all'applicazione pratica e affianca all'approfondimento dei contenuti l'analisi di casi aziendali reali e simulazioni per la costruzione di un piano di marketing mix.

DESTINATARI

I destinatari del percorso sono lavoratori occupati di imprese aderenti a Fondimpresa, di diversa età e anzianità di servizio, appartenenti a diverse categorie professionali.

Il corso si rivolge a dipendenti delle aree vendite, marketing, comunicazione ed e-commerce, interessati a sviluppare competenze nella gestione del marketing mix, nel posizionamento del brand, nelle politiche di prezzo, nella pianificazione dei canali distributivi e nella comunicazione digitale, al fine di contribuire al miglioramento della competitività aziendale.

Non è richiesto uno specifico titolo di studio. Prima dell'avvio del percorso saranno organizzati incontri con le imprese interessate per analizzare i fabbisogni formativi e favorire la composizione di gruppi omogenei. Ai partecipanti sarà inoltre proposta una scheda di autovalutazione delle competenze in ingresso, utile a rilevare le conoscenze e le esperienze maturate in ambito marketing e commerciale e a orientare le attività formative.

MODALITA' DI SVOLGIMENTO

Il corso si sviluppa attraverso sessioni di apprendimento centrate sui processi di lavoro ed analisi operativa d'impresa, erogabili sia in presenza fisica (in spazi idonei e conformi alle norme sulla sicurezza) sia, in tutto o in parte, attraverso la FAD Sincrona, in conformità all'Avviso 4/2026 e alle relative Linee Guida gestionali. L'approccio si basa sul learning by doing e sul lavoro guidato su casi e processi reali aziendali (project work). Il docente opera come facilitatore, guidando i discenti nell'analisi delle criticità e nella definizione di soluzioni applicative. L'iter si apre con un "patto d'aula" iniziale per allineare aspettative e contesti reali. La modalità garantisce un apprendimento esperienziale ad alto impatto applicativo.

CERTIFICAZIONE DEGLI ESITI

È previsto il rilascio di un'attestazione rafforzata delle competenze attraverso un processo in coerenza con il D.Lgs. 13/2013, il D.M. 115/2024 e l'Allegato 12 dell'Avviso 4/2026.