



AVVISO PUBBLICO GREEN & BLUE ECONOMY

POR Sardegna FSE 2014-2020, Obiettivo specifico 8.6 - Favorire la permanenza al lavoro e la ricollocazione dei lavoratori coinvolti in situazioni di crisi, Azione 8.6.3 - Misure integrate tra sviluppo locale e occupazione in collaborazione con i sistemi di rappresentanza territoriale.

Avviso "Misure integrate tra sviluppo locale partecipativo e occupazione negli ambiti della Green & Blue economy – Linee di sviluppo progettuale 2 e 3"

LINEA 3 A

"Operazione cofinanziata al 50% con risorse del Fondo Sociale Europeo"

"L'Avviso rispetta le indicazioni sugli Aiuti di Stato de Minimis e in particolare i REG (UE) N. 1407/2013 – REG (UE) N. 717/2014 – REG (UE) N. 1408/2013"

SCHEDA PROGETTO FOR MARGHINE

DENOMINAZIONE PERCORSO	ORE
PERCORSO FORMATIVO NR. 1: PERCORSO FORMATIVO DI MARKETING OPERATIVO A SUPPORTO DELLO SVILUPPO DELLE FILIERE PRODUTTIVE DEL MARGHINE DCT 20163ARO257	600

Il percorso formativo è finalizzato al conseguimento della certificazione delle competenze di:

PROFILO DI QUALIFICAZIONE RRPQSARDEGNA	
TECNICO DEL MARKETING	
ADA	
1373	VALUTAZIONE DELL'ANDAMENTO DI MERCATO DEI PROPRI PRODOTTI/SERVIZI
1380	ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO
1381	CONFIGURAZIONE DI UN'OFFERTA DI PRODOTTI/SERVIZI
1382	POSIZIONAMENTO DEL PRODOTTO/SERVIZIO ALL'INTERNO DEL SEGMENTO DI MERCATO IDENTIFICATO
1383	COORDINAMENTO DELLE OPERAZIONI DI LANCIO E VENDITA DEL PRODOTTO/SERVIZIO

PIANO DIDATTICO DEL CORSO		ORE
1	Tecniche di valutazione del mercato	120
Contenuti unità formativa		
1. Tecniche per la qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori 2. Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto 3. Tecniche e strumenti per la rilevazione della customer satisfaction 4. Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica 5. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità).		
2	Tecniche di analisi del mercato	120
Contenuti unità formativa		
1. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix: prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità 2. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità) 3. Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto 4. Teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda settori, mercati posizionamento strategico vantaggio competitivo targeting e segmentation marketing management, marketing operativo 5. Qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori		





PIANO DIDATTICO DEL CORSO		ORE
3	Tecniche di configurazione di un'offerta	120
Contenuti unità formativa		
1. Qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori 2. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità) 3. Metodologie e strumenti di benchmarking per configurare l'offerta di prodotti/servizi 4. Organizzazione aziendale: sistema impresa, processo strategico, visione, missione, obiettivi, analisi strategica, fattori chiave di successo, pianificazione strategica 5. Teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda settori, mercati posizionamento strategico vantaggio competitivo targeting e segmentation marketing management, marketing operativo.		
4	Tecniche di posizionamento del prodotto/servizio	120
Contenuti unità formativa		
1. Sistemi di distribuzione: vendita in franchising per posizionare il prodotto nei canali distributivi 2. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita 3. Teorie del marketing: marketing strategico, bisogni, domanda settori, mercati posizionamento strategico vantaggio competitivo targeting e segmentation marketing management, marketing operativo 4. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità) 5. Metodologie e strumenti di contabilità analitica per la misurazione dei risultati e l'elaborazione del budget 6. Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo		
5	Tecniche di coordinamento delle operazioni di lancio e vendita	120
Contenuti unità formativa		
1. Qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori 2. Principi relativi al ciclo di vita del prodotto: leve del marketing mix (prodotto, prezzo, distribuzione, pubblicità) 3. Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale		

PARTECIPANTI
15 allievi (di cui 10 donne)
SEDE DEL CORSO
MACOMER VIALE SANT'ANTONIO N.4.
PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE
Scadenza domande: 01 marzo 2019
Selezioni: Alla scadenza della presentazione delle domande, e qualora il numero dei richiedenti sia superiore al numero massimo previsto per i percorsi, si provvederà a convocare i candidati e ad espletare la selezione.
ULTERIORI INFORMAZIONI
Per ulteriori informazioni contattare info@rmservizi.it – www.formazione.sardegna.it - tel. 0782/623088

