

Esperto in Marketing Internazionale e Sviluppo Commerciale con l'Estero



**VUOI LAVORARE NEL SETTORE PIÙ IN ESPANSIONE DELL'ECONOMIA?
VUOI UNIRE ALLA FORMAZIONE DI ALTISSIMO LIVELLO
UNA CONCRETA OPPORTUNITÀ DI LAVORO?**

Iscriviti subito al nostro Master!

Ad ogni partecipante verrà assegnato un progetto di lavoro (*project work*) dall'azienda che lo accoglierà in **stage**, il progetto verrà sviluppato nel corso del Master e realizzato dal partecipante in azienda durante i mesi di stage.

196 ore in aula + 76 ore di Project Work + Stage da 3 a 6 mesi

*Un percorso
formativo
di alto livello...*



COMPETENZE ACQUISITE E RISULTATI ATTESI

L'Esperto sarà in grado di coniugare specifiche competenze tecniche legate all'indispensabile utilizzo del Web nella politica di Marketing rivolta all'estero, con la conoscenza approfondita degli scenari culturali ed economici e legislativi dei principali mercati in espansione come Asia, Russia e Repubbliche collegate, parte dell'Africa del nord, parte dei paesi Arabi ed Est Europa.

L'Esperto acquisirà anche competenze specifiche in tema di comunicazione interpersonale, negoziazione e conduzione delle trattative.

Al termine del corso i partecipanti saranno quindi in grado di applicare le seguenti competenze professionali:

- ✓ analisi e valutazione di mercati potenziali;
- ✓ sviluppo e conduzione di piani di Marketing e commerciali a livello globale;
- ✓ preparazione, conduzione e gestione del processo di comunicazione e negoziale a livello internazionale, con interlocutori provenienti da ambiti e culture differenti.

PROSPETTIVE DI OCCUPABILITA'

In un contesto nel quale la battaglia competitiva si combatte in un mondo globale, per garantire il successo della propria azienda diventa fondamentale l'acquisizione di competenze specifiche che permettano di analizzare nuovi mercati potenziali, elaborare strategie di ingresso nei nuovi mercati globali, condurre efficacemente una trattativa internazionale e negoziare oltre le barriere culturali.

L'Esperto potrà avere un ruolo importante nei confronti delle piccole e medie imprese sia all'interno degli Uffici Commerciali che uffici Marketing, ma anche rappresentare nelle realtà meno strutturate un valido supporto per piccoli imprenditori incapaci di destreggiarsi all'interno del complesso mondo del mercato internazionale.



*...che diventa
una concreta
opportunità
di lavoro*



CONTENUTI

Introduzione

Il nuovo panorama dell'economia globale. La globalizzazione e il suo impatto sul *business* internazionale. I principali organismi internazionali: UN, EU, NAFTA, WB, WTO, IMF

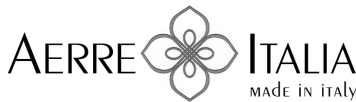


L'approccio all'internazionalizzazione

Valutazione delle opportunità e degli scenari di internazionalizzazione. Le tipologie e gli approcci all'internazionalizzazione. Gli impatti organizzativi dell'internazionalizzazione. Segmentazione e posizionamento per l'estero. Strategie per l'internazionalizzazione.

Business Planning per l'internazionalizzazione

Come si elabora un Business plan per entrare in un nuovo mercato: La scelta del mercato. L'analisi di mercato. L'analisi dell'azienda. Analisi SWOT. Il piano finanziario. Obiettivi a lungo termine. Organizzazione aziendale nei nuovi mercati. Action Plan.



Cambiano i Media, Cambia il Business

Cambiamento del panorama media. Il Web: il protagonismo dei social media e dei motori di ricerca nel ridisegnare le dinamiche della Rete e le strategie di web-marketing. Cambiano i media, cambia il marketing. Osserviamo come le aziende usano il digitale per presidiare i mercati esteri. I marketplace B2C e B2B. La pre-condizione di ogni attività di marketing digitale: la web-analytics. Strumenti di tracciamento e metriche di business con cui valutare i nostri sforzi ed i nostri risultati. La gestione della reputazione online: come ascoltare, monitorare e gestire commenti e opinioni rilevanti in Rete. Introduzione agli ambienti digitali: Google, Amazon, Facebook, Twitter e gli altri.



Contrattualistica internazionale e tutela della proprietà intellettuale in Italia e all'estero

I principali contratti applicati al commercio con l'estero: struttura, clausole, arbitrato. Termini e modalità di pagamento. L'importanza di gestione della proprietà intellettuale: Know how e segreto industriale: Gli accordi di riservatezza e gli altri accorgimenti legali a tutela della proprietà industriale. "Profili sulla registrazione del marchio" "La gestione del portafoglio marchi" "Dare valore al portafoglio marchi e brevetti attraverso la contrattualistica: contratti di licenza e di merchandising. "Individuazione delle alleanze strategiche—fattispecie di accordi e la difesa della proprietà industriale all'interno degli accordi.

L'"IN-BOUND MARKETING": farsi trovare sui motori di ricerca

Analisi dei singoli paesi o Blocchi di paesi con taglio operativo con panoramica e analisi delle principali questioni legali e fiscali connesse all'avvio di attività imprenditoriali, in forma diretta o indiretta negli stessi.



Le schede Paese: Asia- Russia-Est Europa-Paesi Arabi e nord Africa

Analisi dei singoli paesi o Blocchi di paesi con taglio operativo con panoramica e analisi delle principali questioni legali e fiscali connesse all'avvio di attività imprenditoriali, in forma diretta o indiretta negli stessi.



L'OUT- BOUND MARKETING". La Lead Generation online

Il link sponsorizzati: gli strumenti di efficienza nella gestione delle campagne pubblicitarie sui motori di ricerca. Il "Google Market Finder". Introduzione alle tecniche di lead generation: come tradurre la presenza sul digitale in contatti utili e costruirsi un database clienti. Strumenti di comunicazione e di promozione sulla Rete. L'e-mail marketing: come usare al meglio le newsletter e le comunicazioni aziendali per percorrere al meglio il ciclo di vita di un cliente. L'e-commerce come opportunità per presidiare i mercati esteri. o Come conciliare il sito e-commerce con possibili distributori locali. La sfida B2B/B2C; o Aspetti amministrativi e tecnici del commercio elettronico: la scelta del software, la logistica, i pagamenti, l'usabilità del sito; o Il web-marketing a supporto delle vendite online.

Dall'inglese base ai principali elementi del business English

Communication skills in legal English (emails, letters, opinions, etc.) -Contract negotiation and pre-contractual liability -International commercial contracts: structure and features -Drafting commercial agreements: basic principles and terminology for supply agreements -Formation of contract: validity, effectiveness and enforceability -Resolution of disputes International commercial contracts: focus on supply, distribution, turn-key, licence and agency agreements -Different types of commercial contracts: supply, distribution, turn-key, licence, agency, etc. -Contractual remedies to breach of contract: penalty, liquidated damages, termination -Exclusion and limitation of liability clauses -Governing law and jurisdiction clauses -Termination by notice, termination by default -Boilerplate clauses: confidentiality, force-majeure, waiver of rights, partial invalidity, etc.

Il contratto di rete: strumento a disposizione delle PMI per affrontare l'internazionalizzazione

Che cos'è il contratto di rete? Scopo e funzioni. L'assetto normativo del contratto di rete: le recenti novità legislative. La partecipazione delle reti di imprese ai bandi di finanza agevolata per il deposito della proprietà industriale e per l'internazionalizzazione. Le applicazioni pratiche del contratto di rete: l'internazionalizzazione. Gli aspetti fiscali e i finanziamenti ai contratti di rete.

La negoziazione

Il processo negoziale, l'analisi della negoziazione (il BATNA, la ZOPA, le parti, Interessi e posizioni, Ostacoli, il potere, l'etica). Gli Stili negoziali (Cooperativo, Distributivo, Integrativo, Competitivo). Simulazione di un caso reale.



... tutto il meglio della formazione, per te!