

# CORSO PER TECNICO DI AZIONI DI MARKETING ON LINE E GESTIONE VENDITE

Luogo

Toscana, Prato

<https://www.annuncici.it/x-627153-z>



TECNICO DELLA DEFINIZIONE DI STRATEGIE DI MERCATO, DELLA PIANIFICAZIONE DI AZIONI DI MARKETING E DELLA GESTIONE DI RAPPORTI CON LA CLIENTELA E LE RETI DI VENDITA

Com.Pro.Agro: Comunicazione e Promozione per la vendita e la valorizzazione dei prodotti agroalimentari

Il corso prevede n° 600 ore totali, di cui n° 380 ore di aula, n° 30 ore di Accompagnamento e n°190 ore di stage in aziende del settore. Le lezioni si svolgeranno dalle ore 9,00 alle 13,00 e dalle 14,30 alle 19,00 dal lunedì al venerdì. La percentuale di frequenza obbligatoria è 70% delle ore complessive ed almeno il 50% di stage.

Il percorso si compone di 3 Aree Didattiche e delle seguenti Unità Formative:

Area Didattica 1- Analisi del Territorio: 110 ore -

U.F. 1 Digitalizzazione e processi informativi – 30 ore;

U.F. 2 Statistica – 20 ore;

U.F. 3 Indicatori economici e introduzione alle analisi di mercato – 20 ore;

U.F. 4 Introduzione alle tecniche di preventivazione economica – 20 ore;

U.F. 5 Project Work: analisi statistica della produzione del settore primario in provincia di Pistoia – 20 ore;

Area Didattica 2- Prodotti Agricoli e Tipicità territoriali: 105 ore

U.F. 6 Normativa- certificazioni di settore e sistema distributivo commerciale – 25 ore;

U.F. 7 Prodotti tipici del territorio – doc e dop – 30 ore;

U.F. 8 Principali caratteristiche organolettiche e qualitative dei prodotti– 30 ore;

U.F. 9 Project Work: studio di fattibilità per lo sviluppo di un sistema di vendita diretta dei prodotti locali – 20 ore;

Area Didattica 3- Marketing e Gestione del Cliente : 135 ore

U.F. 11 Business planning e project management – 20 ore;

U.F. 12 Tecniche di comunicazione per il cliente – 25 ore;

U.F. 13 Introduzione alla vendita – 20 ore;

U.F. 14 Marketing strategico e operativo – 20 ore;

U.F. 15 Social media e social selling – 20 ore;

U.F. 16 Project Work: sviluppo di un progetto di vendita diretta on line dei prodotti tipici del territorio;

Competenze trasversali U.F. 17 Comunicazione in lingua inglese – 100 ore;

Stage: U. F. 17 Stage – 190 ore

Accompagnamento: 30 ore

I partecipanti saranno in grado di:

realizzare elaborazioni, analisi e resoconti sul funzionamento delle azioni commerciali di un'impresa, soprattutto appartenente alla filiera dell'agroalimentare;

gestire le relazioni commerciali con acquirenti e produttori, anche grazie all'ausilio di azioni promozionali e pubblicitarie via social o web;

identificare le caratteristiche dei prodotti di produzione agricola o agroalimentare;

pianificare azioni commerciali definendo il posizionamento del prodotto/servizio sul mercato ed utilizzando le forme di comunicazione e promozione migliori ed

<https://www.annuncici.it/x-627153-z>

<a

---

innovative.

Si tratta di formare una figura strategica per il contesto produttivo dell'agribusiness e per lo specifico territorio dell'area pistoiese e delle sue zone limitrofe in cui potrà operare.

Le sue competenze gli permetteranno di fronteggiare le sfide dell'economia digitale e sostenibile, sostenendo le imprese della filiera agroalimentare mediante azioni di marketing, gestione con il cliente, vendita digitale e posizionamento dell'azienda sul web, con particolare attenzione alla specificità dei prodotti locali e delle filiere corte. Una figura specializzata che supporterà, tramite varie forme di collaborazione e di incarichi, l'innovazione delle imprese del territorio

Al termine viene rilasciato Attestato di qualifica di "Tecnico della definizione di strategia di mercato, della pianificazione di azioni di marketing e della gestione di rapporti con la clientela e le reti di vendita" - figura professionale 123 (RRFP- Regione Toscana), livello B e IV EQF