

TITOLO DEL CORSO

UN PIANO MARKETING VINCENTE

| | |
|--|---|
| DURATA IN ORE | 28 |
| DATA INIZIO DEL CORSO | da definire |
| DATA TERMINE DEL CORSO | da definire |
| METODOLOGIA | <input checked="" type="checkbox"/> AULA <input type="checkbox"/> LABORATORIO <input type="checkbox"/> FAD |
| DESTINATARI | Titolari e collaboratori di imprese iscritte all'Ente Bilaterale di Bergamo. |
| N. MINIMO PARTECIPANTI | 4 |
| OBIETTIVI | Il percorso formativo si propone di potenziare le abilità e le conoscenze dei partecipanti in merito alla possibilità di pianificare un'azione di marketing efficace. |
| CONTENUTI | Definizione del piano marketing Stesura del piano strategico Definizione strumenti digital Definizione strumenti off-Line Case study |
| DOCENTI | ROBERTO NEMBRINI |
| CALENDARIO LEZIONI | Calendario: da definire È previsto il rilascio di un attestato di partecipazione a fine corso se raggiunta la frequenza dell'80% del monte ore totale del corso. |
| SEDE DEL CORSO (O PIATTAFORMA UTILIZZATA) | ASCOM FORMAZIONE - Piazzetta Don Gandossi, 1 - Osio Sotto. |
| PER INFORMAZIONI | Referente: Sabrina Bianco - CAT Ascom Bergamo srl MAIL: info@ascomformazione.it TEL: 035/4185706-707 |