

# Il Marketing attivo



## Il Marketing Attivo



### **Inizio primo modulo**

14 Marzo 2016

### **Fine primo modulo**

16 Marzo 2016

### **Inizio secondo modulo**

11 Aprile 2016

### **Fine secondo modulo**

13 Aprile 2016

### **Scadenza iscrizioni**

10 Marzo 2016

### **Corsi e Seminari di Management Sportivo**

Alcuni luoghi comuni sul marketing vogliono che esso sia “l’arte di vendere prodotti” oppure “l’arte di comunicare e persuadere”. Sicuramente ne rappresentano una parte, ma il vero scopo “sociale” del marketing è paradossalmente, quello di rendere superflua la vendita, nel senso che il suo scopo è conoscere e comprendere talmente bene il cliente/consumatore, sportivo o “laico” che sia, al punto che il prodotto, l’evento, o il servizio, risulti così adatto alle sue esigenze da vendersi o da essere scelto da solo. Se, in passato, il consumatore era passivo rispetto ai messaggi dell’azienda, oggi è, però, sempre più informato ma soprattutto consapevole, e cerca, nella marca, nell’evento, nel prodotto/servizio, non solo la semplice soddisfazione di un bisogno e di un piacere, ma un’esperienza e una conferma per esprimere la propria personalità (espressione di valori consci ed inconsci). Oggi studiare il marketing è entrare negli sviluppi della società e delle persone per plasmare il prodotto al bisogno, in un percorso “attivo” che cerca assiduamente il contatto col consumatore. Il Corso guiderà gli studenti nella conoscenza del consumatore e dei suoi stili di vita, nell’applicazione del marketing, nel confrontare le esigenze specifiche dello sport con quelle generali del mercato per trovarne una sintesi applicativa attraverso la formazione in aula e in laboratorio.

## **CONTENUTI DIDATTICI**

Il marketing come sistema naturale e sociale. Il ruolo del marketing nella società attuale. Il confronto tra marketing sportivo e marketing industriale. Lo studio del metodo del marketing e dei suoi strumenti. Come si definisce una strategia, come si costruisce il piano di marketing, come lo si applica e lo si afferma sul mercato. Il Corso include anche l'analisi di ricerche, piani marketing, di campagne pubblicitarie, di organizzazione eventi, di piani di sponsorizzazione e di web marketing (case histories).

## **DESTINATARI**

Il Corso è aperto a tutti e si rivolge in particolar modo alle persone che si occupano di marketing e comunicazione, o che, nelle Federazioni, società sportive, club, circoli, sono responsabili del marketing e della comunicazione del loro ente, di un evento, di un corso, di un prodotto sportivo.

## **DOVE**

Centro di Preparazione Olimpica "Giulio Onesti", Largo G. Onesti 1, ROMA

## **QUANDO**

Primo modulo: **14-16 marzo 2016**

Secondo modulo: **11-13 aprile 2016**

## **QUOTA**

€ 900 + € 2 (bollo amministrativo)

## **SCONTI E CONVENZIONI**

€ 810 + € 2 (bollo amministrativo): FSN, DSA, EPS, Sport in Uniforme, Community SdS e Società Sportive iscritte al Registro Coni

## **CREDITI FORMATIVI**

Al termine del Corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione. Le organizzazioni di categoria e gli Ordini Professionali possono riconoscere, in base alla tematica trattata, il rilascio di crediti formativi.

## **INFORMAZIONI**

Tel: 06/3272.9380 - 9227

E-mail: [sds\\_catalogo@coni.it](mailto:sds_catalogo@coni.it)

## **MODALITÀ DI ISCRIZIONE**

Le domande di iscrizione dovranno pervenire entro **giovedì 10 marzo**. Dopo aver effettuato la registrazione sul sito della Scuola dello Sport, occorre compilare il modulo online presente all'interno della scheda del Corso. Compilato il modulo si riceve una e-mail di conferma con i dati per effettuare il bonifico. È considerato iscritto al Corso solo chi offre evidenza dell'avvenuto pagamento.

## **CODICE CORSO**

B2-03-16

*IN COLLABORAZIONE CON ACCIARI CONSULTING*