

CORSO DISAL - MILANO

02/04/2008 - Primo Modulo IL MARKETING SCOLASTICO

CONTENUTI SPECIFICI

- 08.30 > Benvenuto e presentazione del corso Domande
- 09.00 > Definizione di Marketing dei servizi scolastici
- 10.00 > Definizione dI prodotto/servizio scolastico

Cliente / Utente

Il processo di scambio

Ambiente sistemico

Competenza vs Esperienza

Aspetti del servizio scolastico e caratteristiche

- 11.30 > Case history e Domande
- 13.30 > Catena del Valore

Qualità percepita e qualità prodotta

- 14.15 > Strumenti di customer satisfaction (le ricerche come sviluppo delle potenzialità)
- 15.00 > Strategie di Marketing operative (il piano strategico)
- 15.45 > Esercitazione di gruppo
- 17.00 > Domande e Conclusioni

16/04/2008 - Secondo Modulo LA COMUNICAZIONE DEL SISTEMA SCOLASTICO

CONTENUTI SPECIFICI

08.30 > Presentazione

08.45 > I processi di Comunicazione interna/esterna

La comunicazione sistemica

I Target di riferimento (potenziali e reali)

Espressività e credibilità

10.00 > Case history e Domande

11.00 > II Branding

Comunicare Mission e Valori

La Comunicazione etica (istituzionale)

La Comunicazione dei servizi

La Comunicazione strategica

13.30 > Cosa significa fare e come si fa una campagna di comunicazione

Il Budget di investimento

Il sistema dei Media da utilizzare

- 15.00 > Esercitazione di gruppo
- 16.30 > Le nuove frontiere della comunicazione

Come si misura l'efficacia di una campagna di comunicazione

17.00 > Domande e Conclusioni