

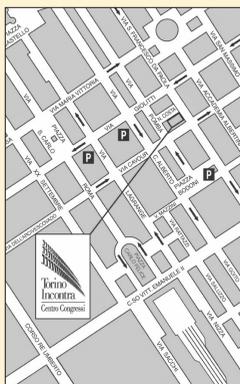
## La pianificazione di marketing

L'incontro si terrà il **30 e il 31 marzo 2011**, presso la sala Mollino del Centro Congressi Torino Incontra - Via Nino Costa 8 a Torino, dalle 9.30 alle 17.30.

La partecipazione al corso è a pagamento, previa iscrizione sul sito:

[www.promopoint.to.camcom.it/iniziative](http://www.promopoint.to.camcom.it/iniziative)

Le iscrizioni verranno chiuse al raggiungimento di 18 partecipanti e il corso sarà attivato con un numero minimo di 7 iscritti. La quota di partecipazione è di euro 150,00 (+IVA al 20%) per l'intero corso ed è comprensiva del materiale didattico. Il pagamento è da effettuarsi on-line tramite il sito [www.compraonline.to.camcom.it](http://www.compraonline.to.camcom.it). Si raccomanda, prima di effettuare il pagamento, di sincerarsi della corretta iscrizione. Sono ammesse sostituzioni delle persone iscritte con altri partecipanti previa comunicazione alla segreteria organizzativa.



### Segreteria organizzativa

Settore Nuove imprese

Camera di commercio di Torino  
via San Francesco da Paola, 24  
10123 Torino

tel. 011 571 6351/2/3/5

[nuove.imprese@to.camcom.it](mailto:nuove.imprese@to.camcom.it)



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

In collaborazione con



ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING

## La pianificazione di marketing

**30 e 31 marzo 2011**  
**dalle 9.30 alle 17.30**

Centro Congressi  
Torino Incontra  
Sala Mollino  
via Nino Costa 8 - Torino

{note organizzative}

{FORMAZIONE}

# { Obiettivi e destinatari }

L'obiettivo è fornire ai partecipanti gli strumenti di base utili per affrontare adeguatamente i molteplici problemi connessi alla pianificazione di mercato della propria impresa, sia di nuova costituzione che già avviata, tramite una didattica proattiva che stimoli l'interazione allievo-docente.

I destinatari sono pertanto nuovi e aspiranti imprenditori, nonché titolari e responsabili di imprese che desiderino consolidare e sviluppare la propria attività tramite un migliore e più esteso utilizzo degli strumenti di marketing.

# { Programma }

Relatore: *Aldo Viapiana*, Vicepresidente Nazionale AISM

## **Mercoledì 30 marzo 2011**

L'azienda orientata al marketing

L'analisi di marketing per conseguire un efficace vantaggio competitivo: modalità e tecniche

Gli obiettivi di marketing

Le strategie: la definizione e la gestione

Le azioni: pianificare chi, che cosa, quando, con quali risorse

Esercitazioni e casi aziendali

## **Giovedì 31 marzo 2011**

La gestione operativa

I contenuti e la stesura del piano di marketing: le regole da seguire, gli errori da evitare

Il conto economico e la definizione dei budget

Gli strumenti per conoscere, decidere, controllare l'attività

Esercitazioni e casi aziendali

# { La pianificazione di marketing }