



# Modulo General Management

## Direttive di compilazione del piano marketing

Versione: 18 marzo 2024



La valutazione dell'apprendimento prevede che i candidati siano in grado di eseguire il transfer delle competenze acquisite durante il modulo di General management redigendo un piano marketing su un proprio progetto imprenditoriale.

## Consegna

Per un controllo delle competenze al candidato viene richiesto di redigere un piano marketing utilizzando gli strumenti appresi durante il corso. Per la documentazione richiesta valgono le seguenti direttive:

- Il piano marketing deve essere adeguato alle conoscenze e all'esperienza del candidato;
- Il piano marketing documentato si situa tra i 10'000 e i 20'000 caratteri al massimo (spazi inclusi);
- Il lavoro è strutturato e contiene i seguenti punti:
  - o Presentazione dell'azienda e della situazione di partenza
  - o Analisi di mercato e del contesto
  - o Segmentazione e target di clientela
  - o Definizione degli obiettivi di marketing
  - o Definizione della strategia e del marketing mix
  - o Calcolo del budget
  - o Sviluppo di un piano d'azione
  - o Bibliografia
- Il lavoro deve contenere al massimo due target di clientela e al minimo due criteri di segmentazione.

## Struttura del documento di certificazione

Il documento deve essere provvisto dei seguenti elementi:

- Una copertina (indicante: l'Istituto della Formazione Continua, nome dell'autore, il titolo "lavoro di certificazione", Modulo General Management, la data di consegna definitiva.
- Un sommario dei titoli e sottotitoli
- I seguenti capitoli:
  1. Executive summary
  2. Situazione iniziale
    - a. Dati dell'azienda
    - b. Idea
    - c. Visione, missione e valori
  3. Analisi e ricerca
    - a. Analisi del contesto
    - b. Analisi micro- e macroambiente
    - c. Analisi SWOT
    - d. Analisi competitiva
    - e. Analisi di prodotto/servizio
    - f. Dati primari



#### g. Dati secondari

4. Segmentazione di clientela
  5. Obiettivi e KPI
  6. Strategia
  7. Marketing mix
  8. Budget
  9. Analisi dei rischi
  10. Piano d'azione
- Una bibliografia conclusiva
  - La lista degli eventuali allegati
  - Gli allegati
  - Intestazione e note a piè di pagina
  - Una dichiarazione di autenticità nei seguenti termini: *Con la presente dichiaro che il presente documento, necessario per la certificazione del modulo di General management è stato elaborato e redatto personalmente da me (nome e cognome) e che tutte le fonti sono citate e menzionate nella bibliografia*

### Condizioni di superamento

L'Istituto della formazione continua organizza la certificazione delle competenze con un esame scritto individuale di 120 minuti e la redazione di un piano marketing dettagliato, con una ponderazione sulla nota finale del 60% per la parte d'esame e 40% per la parte redazionale.

La sufficienza, ovvero la nota 4.0, si ottiene con il 55% dei punti.

### Modalità di consegna

Il documento deve essere consegnato entro il **02 giugno 2024 alle ore 20.00** in formato PDF tramite link che verrà inviato dopo l'iscrizione.

Le consegne pervenute dopo quella data/orario non saranno prese in considerazione e portano all'assegnazione della valutazione "*non superato*".

### Modalità di presentazione

Al candidato verrà effettuato un colloquio di 20 minuti con due periti incaricati dall'IFC.

Nella prima parte il candidato dovrà effettuare una presentazione (Pitch) di 10 minuti del proprio piano marketing.

Nella seconda parte i periti porranno delle domande inerenti al piano marketing.

### Sessione di recupero

Non è prevista una sessione di recupero. I candidati che non hanno superato il modulo potranno partecipare alla sessione d'esame ordinaria successiva.