Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI TECNICHE DI VENDITA ON E OFF-LINE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08 (ECON-07/A)

CFU

10

SETTORE SCIENTIFICO DISCIPLINARE

ECON 07/A

ANNO DI CORSO

/**/
II Anno

TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ FORMATIVA

/**/
Baseq

Caratterizzante X

Affine q

Altre attività q

NUMERO DI CREDITI

/**/
10 CFU

DOCENTE

Prof. Giuseppe Granata

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

/**/
L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l’iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

/**/
L’iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l’iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

OBIETTIVI FORMATIVI SPECIFICI

/**/
Obiettivo dell’insegnamento è sviluppare una visione globale delle vendite nel mondo moderno, approfondendo l'utilizzo delle tecniche più efficaci e innovative per massimizzare i risultati sia nel mondo fisico che digitale.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO SPECIFICI

/**/
Conoscenza e capacità di comprensione

Il corso intende fornire le conoscenze utili per comprendere le differenze e le somiglianze tra la vendita tradizionale (offline) e quella digitale (online), comprendere l'intero percorso effettuato del cliente, dall'acquisizione fino alla fidelizzazione, sia online che offline, la gestione delle obiezioni, la comunicazione verbale e non verbale, la negoziazione, la costruzione del rapporto di fiducia con il cliente e la chiusura della vendita.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il corso è finalizzato a fornire strumenti di analisi e tecniche di monitoraggio delle vendite per migliorare continuamente le performance. Comprendere come strumenti innovativi come l'intelligenza artificiale, le chatbots, e la realtà aumentata stanno trasformando le vendite e come implementarli nelle strategie di vendita.

Autonomia di giudizio

Attraverso la ricognizione dei diversi strumenti, lo studente potrà mettere in pratica l'analisi del comportamento del cliente, i canali di vendita, e le nuove tendenze emergenti come l'e-commerce, i social commerce e i marketplace.

Abilità comunicative

Al termine del corso gli studenti saranno esperti nell'utilizzo delle tecniche più efficaci e innovative per massimizzare i risultati sia nel mondo fisico che digitale.

Lo sviluppo di abilità comunicative, sia orali che scritte, sarà anche stimolato attraverso la didattica interattiva (con la redazione di elaborati da parte dello studente) e i momenti di videoconferenza attivati, ivi compreso la prova finale di esame.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata attraverso la somministrazione di esercitazioni operative, caricate in piattaforma nella sezione elaborati, finalizzata anche a verificare l’effettiva comprensione degli argomenti trattati.

PROGRAMMA DIDATTICO

/**/
Comunicazione empatica

1 - l'intelligenza emotiva

2 - intelligenza emotiva ed empatia

3 - la comunicazione empatica

4 - le relazioni interpersonali

5 - comunicazione e ascolto dell'altro

Copywriting

6 - la scrittura di una sales letter

7 - i punti elenco che invitano ad acquistare

8 - le e-mail che massimizzano le vendite

9 - i tre pilastri di un copy di vendita: offerta, garanzia e chiusura

10 - il copy di lancio

Inbound marketing

11 - introduzione all'inbound marketing

12 - posizionamento e visibilità su google

13 - social e inbound marketing

Neurosync selling

14 - obiettivo sincronizzazione

15 - il potere persuasivo

16 - sfruttare la velocità del cervello automatico

17 - i principi su cui poggia una persuasione efficace

18 - utilizzare i bug della mente, a fini persuasivi

19- il cervello umano

20 - altri importanti bug emotivi

okr e vendite

21 - creare okr e metterli in execution

22 - storia e sviluppo degli okr

23 - i benefici degli okr

24- i mattoni degli okr: mission, vision e strategia

25 - engagement dei dipendenti

Tecniche di vendita

26 - diventare venditori talentuosi e persuasivi

27 - hard skills del venditore di successo

28 - competenze e abilita' del moderno venditore

29 - le fasi determinanti e risolutive del processo di vendita

Practitioner pnl 1° livello

30 - introduzione alla pnl: la comunicazione

31 - il modellamento dell'eccellenza: da utenti a programmatori

32- i presupposti della pnl

33 - le caratteristiche della comunicazione

34- le milestone e l'evoluzione della neurolinguistica: dal caso gage al 'caso' rizzolatti

35 - i processi di pensiero del cervello. sempre e comunque esempio di perfezione?

36 - l'automatismo nella comunicazione: il mushin no shin e le trappole del cognitivo automatico

37 - i processi di pensiero della scimmia nuda: introduzione ai micro-segnali non verbali

38 - i micro-segnali

39 - l'acuita' sensoriale nella calibrazione dei tre livelli della comunicazione

40 - i sistemi rappresentazionali

41 - i segnali di accesso oculari

42 - livelli di empatia: dalla forma al contenuto

43- padronanza del 'linguaggio precisò e metalinguaggio: così diventa possibile il ricalco perfetto delle mappe mentali altrui"

44 - i segreti, i limiti e la strepitosa forza creativa del linguaggio

45 - dal pensiero profondo al linguaggio superficiale: l'io consapevole e i tre meccanismi trasformazionali universali

46 - le degenerazioni del linguaggio e i relativi rimedi, resi possibili da un utilizzo impeccabile del metamodello

47 - operatori modali, cancellazioni e domande antidoto

48 - le deformazioni e il mondo della persuasione

49 - dall'estrazione delle credenze all'importanza dei valori

50 - dai criteri di soddisfazione ai processi di percezione interna

Mentalità vincente

51 - introduzione al digital business mindset

52 - le componenti essenziali del dbm

53 - le altre componenti del dbm

54 - le 6 convinzioni errate nemiche del successo online

55 - i 7 elementi decisivi per un percorso di marketing efficace

56 - il mindset vincente nel mondo dei social

57 - the facebook funnel

58 - il lato oscuro del digital mindset

59- info-stress: sintomi e cura. come cambiare il tuo mindset

60 – Le Conclusioni

TIPOLOGIE DI ATTIVITÀ DIDATTICHE PREVISTE E RELATIVE MODALITÀ DI SVOLGIMENTO

/**/
Ogni Macro-argomento è articolato in 15-17 videolezioni da 30 min. corredate da dispense, slide e test di apprendimento.

Per ogni insegnamento sono previste sino a 6 videolezioni (n.1 CFU) di didattica innovativa secondo modalità definite dal docente di riferimento.

Le videolezioni sono progettate in modo da fornire allo studente una solida base di competenze culturali, logiche e metodologiche atte a far acquisire capacità critiche necessarie ad esercitare il ragionamento matematico, anche in una prospettiva interdisciplinare, a vantaggio di una visione del diritto non meramente statica e razionale, bensì quale espressione della società e della sua incessante evoluzione.

Il modello didattico adottato prevede sia didattica erogativa (DE) sia didattica interattiva (DI):

La didattica erogativa (DE) prevede l'erogazione in modalità asincrona delle videolezioni, delle dispense, dei test di autovalutazioni predisposti dai docenti titolari dell'insegnamento; la metodologia di insegnamento avviene in teledidattica. La didattica interattiva (DI) comprende il complesso degli interventi didattici interattivi, predisposti dal docente o dal tutor in piattaforma, utili a sviluppare l'apprendimento online con modalità attive e partecipative ed è basata sull'interazione dei discenti con i docenti, attraverso la partecipazione ad attività didattiche online.
Sono previsti interventi brevi effettuati dai corsisti (ad esempio in ambienti di discussione o di collaborazione, in forum, blog, wiki), e-tivity strutturate (individuali o collaborative), sotto forma tipicamente di produzioni di elaborati o esercitazioni online e la partecipazione a web conference interattive.

Nelle suddette attività convergono molteplici strumenti didattici, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente. La partecipazione attiva alle suddette attività ha come obiettivo quello di stimolare gli studenti lungo tutto il percorso didattico e garantisce loro la possibilità di ottenere una valutazione aggiuntiva che si sommerà alla valutazione dell'esame finale.

Per le attività di autoapprendimento sono previste 180 ore di studio individuale.

L'Ateneo prevede 7 h per ogni CFU articolate in 6 h di didattica erogativa (DE) e 1 h di didattica interattiva (DI).

Nel computo delle ore della DI sono escluse le interazioni a carattere orientativo sui programmi, sul cds, sull'uso della piattaforma e simili, che rientrano un semplice tutoraggio di orientamento. Sono altresì escluse le ore di tutorato didattico disciplinare, cioè la mera ripetizione di contenuti già proposti nella forma erogativa attraverso colloqui di recupero o approfondimento one-to-one.

MODALITÀ E CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

La partecipazione alla didattica interattiva (DI) ha la finalità, tra le altre, di valutare lo studente durante l'apprendimento in itinere.

L'esame finale può essere sostenuto in forma scritta o in forma orale; lo studente può individuare, in autonomia, la modalità di svolgimento della prova, sempre rispettando la calendarizzazione predisposta dall'Ateneo.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula almeno tre domande.

L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test a risposta multipla con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una delle 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta.

Sia i quesiti in forma orale che i quesiti in forma scritta sono formulati per valutare il grado di comprensione delle nozioni teoriche e la capacità di sviluppare il ragionamento utilizzando le nozioni acquisite. I quesiti che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente.

CRITERI DI MISURAZIONE DELL'APPRENDIMENTO E ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

/**/
Sia lo svolgimento dell'elaborato, sia la presenza attiva durante le web conference prevedono un giudizio, da parte del docente, fino a un massimo di 2 punti. Lo studente può prendere parte ad entrambe le attività ma la votazione massima raggiungibile è sempre di 2 punti.

La valutazione proveniente dallo sviluppo dell'elaborato può essere pari a 0, 1 o 2 punti.

La valutazione derivante dalle web conference è strutturata tramite lo svolgimento, al termine della stessa, di un test finale a risposta multipla che può garantire da 0 a 1 punto.

È data facoltà allo studente di partecipare o meno alla didattica interattiva.

La valutazione finale ha lo scopo di misurare il raggiungimento degli obiettivi di apprendimento definiti alla base dell'insegnamento. Il giudizio riguarda l'intero percorso formativo del singolo insegnamento ed è di tipo sommativo.
Il voto finale dell'esame di profitto tiene conto del punteggio che lo studente può aver ottenuto partecipando correttamente alla didattica interattiva e deriva, quindi, dalla somma delle due valutazioni. Il voto derivante dalla didattica interattiva verrà sommato al voto dell'esame se quest'ultimo sarà pari o superiore a diciotto trentesimi.
Il voto finale è espresso in trentesimi. Il voto minimo utile al superamento della prova è di diciotto trentesimi.

Ciascun test dovrà essere composto da 31 domande, così da garantire la possibilità di conseguire la lode, in ottemperanza alle norme Europee sul Diploma Supplement. L'attribuzione della lode è concessa esclusivamente allo studente che ha risposto positivamente alle prime 30 domande.

ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)

/**/
è 60 Videolezioni + 60 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 60 ore

ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI) ED E-TIVITY CON RELATIVO FEED-BACK AL SINGOLO STUDENTE DA PARTE DEL DOCENTE O DEL TUTOR

/**/
è Redazione di un elaborato

- è Partecipazione a web conference
- è Svolgimento delle prove in itinere con feedback
- è Svolgimento della simulazione del test finale

Totale 10 ore

MATERIALE DIDATTICO UTILIZZATO

/**/
è Videolezioni

èDispense predisposte dal docente e/o slide del docente

èTesto di riferimento suggerito dal docente (facoltativo)

Il materiale didattico è sempre disponibile in piattaforma e consultabile dallo studente nei tempi e nelle modalità ad egli più affini.