

PROJECT WORK

Con la deliberazione di Giunta Regionale n. XI/3063 del 20/04/2020 la Regione Lombardia, a causa dell'emergenza sanitaria COVID-19, prevede che i periodi di tirocinio presso le aziende possano essere realizzati con la modalità del Project Work, una modalità didattica che permette all'allievo di sperimentare in modo concreto e attivo quanto appreso durante le lezioni d'aula e di laboratorio.

Durante il project work l'allievo è tenuto, seguendo istruzioni operative del docente o del tutor didattico (con competenze nella materia di riferimento) o aziendale, anche in forma di progetto, a realizzare un manufatto, un prodotto multimediale, un documento, concreto e valutabile, che deve essere un output tipico dei contesti produttivi e organizzativi reali, e delle professionalità in esito al percorso.

I progetti approvati per l'anno scolastico 2020/21, riguardanti le classi seconda e terza sono i seguenti:

Business ai tempi del Coronavirus. Guidare un'impresa locale alla digitalizzazione

L'emergenza sanitaria ha posto dei limiti importanti rispetto alla libera circolazione delle persone. Ci si interroga, quindi, su come guidare un'impresa locale, operante nel settore b2b, alla digitalizzazione. L'obiettivo del progetto è elaborare un piano di comunicazione finalizzato a costruire la presenza digitale del salumificio Colombo Luigi Srl. Il fine ultimo del percorso sarà la creazione del profilo Google dell'impresa, la bozza di logo e del sito web e, infine, lo studio delle buyer personas.

Strategia di comunicazione del brand nel 2021. Il potere del Marketing Digitale

L'emergenza sanitaria ha costretto molti negozianti a chiudere le proprie attività per diversi mesi. Ci si interroga, dunque, rispetto a come comunicare con i clienti ai tempi della pandemia. Gli obiettivi del progetto sono: studiare il tone of voice, implementare campagne di Instagram Ads e identificare uno o più influencer Marketing, adatti a collaborare con il brand. Il risultato finale è la creazione di campagne pubblicitarie su Instagram, con l'identificazione di creator con cui avviare campagne di influencer marketing.

Dal prodotto generico al prodotto atteso. Le tecniche di posizionamento in ambito marketing

La motivazione sottesa al progetto è la promozione di un prodotto ancora non presente sul mercato, tenendo in considerazione le aspettative del pubblico. L'obiettivo è elaborare una strategia di marketing per il posizionamento del nuovo prodotto gastronomico. Come risultato atteso vi è la creazione di un piano di marketing per promuovere il prodotto, con caratteristiche minimali e aree di differenziazione.

Ciclo di vita di un determinato prodotto e strategie di marketing

Quando un prodotto è nella sua fase di maturità, deve essere supportato da azioni di marketing di diverso tipo al fine di rallentare il declino. Il progetto è finalizzato all'elaborazione di una strategia di marketing per il posizionamento di un prodotto maturo e si completa con la creazione di un piano di marketing in grado di rilanciare il prodotto in questione.