



Il professionista del Multilevel Marketing

Corso di Formazione

UnitelmaSapienza.it



Indice

- 1 Finalità
- 2 Destinatari
- 3 Requisiti di accesso
- 4 Didattica
- 5 Durata
- 6 Direzione e docenti
- 7 Assistenza e tutoraggio
- 8 Domande di iscrizione
- 9 Quota di iscrizione Standard e per Uditori
- 10 Pagamenti
- 11 Programma
- 12 Prove intermedie ed elaborato finale



1. Finalità

Il corso ha lo scopo di formare soggetti che già operano nel settore delle vendite dirette a domicilio. Il settore rappresenta un volume di affari di circa 3,6 miliardi di euro, con oltre 520.000 addetti, con 11.525 imprese operanti nel settore, di cui 2.973 registrate con codice ATECO 47.99.10 (commercio al dettaglio di prodotti vari mediante l'intervento di un dimostratore o di un incaricato alla vendita) e 8.552 registrate con codice ATECO 46.19.02 (procacciatori d'affari di vari prodotti senza prevalenza di alcuno). Il fatturato riguarda in modo particolare beni durevoli per la casa, food e beverage, cosmesi e cura del corpo, beni di consumo per la casa, mobili, tessuti, viaggi.

Un ampio settore è occupato dai servizi professionali offerti a famiglie ed imprese.

Gli addetti hanno una preparazione basata sulla esperienza e sulle prassi contrattuali e di marketing ma richiedono, come risulta da analisi e rilevazioni effettuate sulle esigenze formative, una preparazione "professionale" che può essere maturata con la formazione su alcune specifiche aree giuridiche ed economiche (diritto privato, diritto commerciale, marketing).

2. Destinatari

Tutti i soggetti che operano o sono interessati ad operare nel settore delle vendite a domicilio e le imprese del settore registrati con codice ATECO 46.19.02 e 47.99.10 come indicato nelle finalità del corso.

3. Requisiti di accesso

Possono accedere coloro che sono in possesso del diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Possono accedere al corso, con lo status di Uditore, anche coloro che non sono in possesso di un diploma di istruzione superiore: questi otterranno un attestato di partecipazione senza conseguire i CFU previsti dal corso.

4. Didattica

Il Corso istituito ai sensi del DM 270/2004 ha una durata di 6 mesi. La didattica è erogata solo online, in modalità BeL – Blended e-Learning, basata sull'integrazione/combinazione di più approcci e-learning modulata proporzionalmente fra didattica erogativa (DE) e didattica interattiva (DI). Il Blended e-Learning si riferisce a una combinazione di più approcci e-learning nell'ambito della stessa azione formativa dove la dinamica face-to-face non si sviluppa on site quanto piuttosto attraverso sistemi di comunicazione sincrona online (video-conference, webinar, conference-call, ecc.). Il corso è erogato secondo il modello di "lezione digitale" adottato dall'Università UnitelmaSapienza, tramite la piattaforma e-learning dell'Ateneo, con lezioni audiovideo integrate da documenti indicizzati utilizzati dal docente e audio-streaming/downloading MP3. Lo studente potrà seguire le lezioni sul proprio computer, sul tablet e sullo smartphone, quando e dove vuole, 24 ore su 24.

La frequenza da parte degli iscritti alle attività del corso è obbligatoria per l'80% della durata complessiva del corso e sarà ottenuta mediante tracciamento in piattaforma con momenti formativi, di verifica e di esercitazione, accompagnati da processi di studio on line. Nelle attività sono comprese le lezioni, il tutoraggio, le esercitazioni, le attività di ricerca, lo studio individuale. È prevista una verifica intermedia per ciascun modulo finalizzata alla valutazione dell'apprendimento sui temi trattati, che consisterà nella compilazione di questionari o test.



Nella Bacheca “Modulo 0” del corso, sulla piattaforma telematica, gli studenti troveranno tutte le indicazioni inerenti il corso.

Ai fini della certificazione, il tracciamento viene effettuato solo nella modalità audio-video e non per il download MP3.

5. Durata

Il corso ha una durata complessiva di 750 ore ed è strutturato per numero di ore destinate alla didattica e per le attività di approfondimento formativo, in modo da garantire l'acquisizione di 30 Crediti Formativi Universitari. L'attività formativa è articolata in attività didattica comunque strutturata (lezioni, esercitazioni, seminari, lavoro di gruppo, progetti applicativi, webinar, project work) e studio individuale e discussione.

Il termine del Corso, per coloro che ne faranno richiesta ed a giudizio del Direttore del Corso, potrà essere prorogato di 6 mesi.

6. Direzione e docenti

Il corso prevede la presenza di una Faculty interna, ovvero di docenti della struttura di UnitelmaSapienza che vantano uno dei seguenti requisiti:

- Incarico di docenza presso l'Università degli Studi di Roma UnitelmaSapienza nel medesimo abito disciplinare;
- Esperienza nella didattica di almeno due anni e/o almeno 5 anni di esperienza professionale nella materia oggetto della didattica.

Docenza:

La direzione del Corso è affidata al Prof. Gaetano Edoardo Napoli, professore ordinario e Direttore di Dipartimento di Scienze Giuridiche ed economiche di UnitelmaSapienza e docente in Diritto Civile;

Prof.ssa Katrin Martucci ricercatore in Diritto commerciale IUS/04 presso UnitelmaSapienza docente in Diritto commerciale e Diritto delle Società;

Prof.ssa Letizia Lo Presti ricercatore presso UnitelmaSapienza con interessi di ricerca in consumer behavior: Public engagement e Consumer engagement Social Media Marketing: effetto dei social media sul coinvolgimento degli stakeholder e nel Marketing internazionale: Country-of-Origin e Country Brand Management.

7. Assistenza e Tutoraggio.

L'Ateneo garantisce in via continuativa un'assistenza ed un sostegno al processo di apprendimento degli allievi mediante la presenza di un tutor esperto e qualificato.

Il tutor, oltre a prestare assistenza agli studenti dell'Università, gestisce in modo proattivo il rapporto con la classe virtuale degli studenti, predisponendo ogni strumento didattico ed informativo ritenuto utile per supportare gli studenti, utilizzando anche modalità sincrone e asincrone, quali chat, forum etc.

8. Domande di iscrizione

Le iscrizioni sono possibili in qualsiasi momento dell'anno accademico. La domanda di iscrizione deve



essere presentata “on line”, sul sito www.unitelmasapienza.it attraverso la specifica sezione “[Iscriversi](#)”.

9. Quota di iscrizione Standard e per Uditori

La quota di iscrizione standard al corso è di € 2.000,00 così articolata:

- la prima, di € 600,00 all'atto di iscrizione;
- la seconda, di € 1.400,00 da versare entro 30 gg. dalla data di iscrizione.

La quota di iscrizione per gli studenti Uditori è di €1.500,00 così articolata:

- la prima, di € 600,00 all'atto di iscrizione;
- la seconda, di € 900,00 da versare entro 30 gg. dalla data di iscrizione

10. Pagamenti

La modalità di pagamento avviene tramite bollettino precompilato (MAV) che viene emesso unitamente alla domanda di immatricolazione. Il pagamento può essere effettuato in qualsiasi sportello bancario o attraverso home banking; non è possibile pagare il bollettino presso gli uffici postali.

11. Programma

Il programma del corso si articola in 4 moduli:

MODULO I

Il diritto privato per l'esperto di Multilevel marketing (IUS/01, CFU 10)

Docente: Gaetano Edoardo Napoli

1. Nozioni introduttive
2. Le fonti del diritto
3. Il diritto intertemporale
4. L'interpretazione della legge e l'analogia
5. I diritti fondamentali
6. Il diritto alla salute
7. La capacità giuridica
8. La capacità di agire
9. Gli enti giuridici
10. L'impresa familiare
11. La proprietà
12. Comunione e condominio
13. Il possesso
14. La detenzione
15. Il contratto
16. La responsabilità precontrattuale
17. Il contratto preliminare
18. Condizioni generali di contratto
19. L'invalidità del contratto



20. L'obbligazione
21. La cessione del credito
22. Tipologie di obbligazioni
23. Le obbligazioni naturali
24. Responsabilità contrattuale ed extracontrattuale
25. La risoluzione del contratto
26. La compravendita
27. La somministrazione
28. L'appalto
29. La transazione
30. La trascrizione
31. Pegno e ipoteca
32. Prescrizione e decadenza

MODULO II

Diritto commerciale (IUS/04, CFU 12)

Docente: Katrin Martucci

1. Diritto dell'impresa. Le procedure di regolazione della crisi e dell'insolvenza (profili sostanziali)".
2. Diritto delle società.
3. Titoli di credito.

MODULO III

Elementi di marketing aziendale (SECS-P/08, CFU 8)

Docente: Letizia Lo Presti

1. Il marketing come approccio alla gestione dell'impresa: i nuovi scenari del marketing
 - A. Cos'è il marketing;
 - B. I contenuti del marketing;
 - C. Evoluzione del marketing: l'orientamento al mercato;
 - D. Gli obiettivi del marketing
2. Marketing strategico
 - A. Analisi della domanda
 - B. Analisi dell'offerta
 - C. La segmentazione del mercato: dalla segmentation al targeting
 - D. Il posizionamento
 - E. La pianificazione strategica di marketing a livello di area di business
3. Marketing operativo
 - A. La leva del prodotto
 - B. La leva del prezzo
 - C. La leva della distribuzione
 - D. La leva della comunicazione



4. La gestione delle relazioni con il cliente – Il Customer Relationship Management (CRM)
 - A. Cos'è e a cosa serve il marketing relazionale
 - B. La raccolta delle informazioni e l'analisi del portafoglio clienti (Importanza del database marketing; cosa bisogna sapere del cliente; come raccogliere le informazioni; da chi possiamo recuperare le informazioni da cliente). Segmentare la clientela
 - C. Customer satisfaction e modelli di analisi nei mercati business to business (B2B) e business to consumer (B2C)
 - D. Le strategie, tattiche orientate alla fidelizzazione e indicatori di customer loyalty
 - E. Il lead generation marketing

5. Il ruolo del digital marketing
 - A. Il comportamento del consumatore nei mercati digitali
 - B. Il sito web e la comunicazione online
 - C. Principi, strumenti e tecniche per la promozione online
 - D. Il commercio elettronico: minaccia e opportunità
 - E. Social media come strumento relazionale
 - F. Il marketing digitale a supporto delle vendite dirette

MODULO IV: Seminario

Comunicazione assertiva per il marketing e gestione del conflitto

Docente: Lucia Gemmiti

1. Acquisire i necessari strumenti della comunicazione assertiva che possano essere applicati in ogni interazione umana e acquisire tecniche specifiche con le quali organizzare o riorganizzare vantaggiosamente la propria esperienza soggettiva o le esperienze di un cliente per definire e conseguire, qualsiasi risultato comportamentale;
2. Rafforzare la capacità di comunicazione;
3. Padroneggiare modelli di comportamento che favoriscano la “fidelizzazione del cliente”;
4. Sviluppare capacità, anche in caso di “naturale predisposizione”;
5. Comprendere l'importanza della “formazione continua”;
6. Formare una figura di venditore “vincente” capace di creare, comunicare e distribuire valori;
7. Fornire strumenti che possano favorire l'accrescimento continuo della “fiducia in sé stessi”;
8. Favorire la consapevolezza delle proprie capacità e potenzialità;
9. Riconoscere comportamenti fondamentali per avere successo;
10. Riconoscere valori e bisogni delle persone che hai di fronte per poter trovare soluzioni ottimali;
11. Disporre di un vasto patrimonio di conoscenze e di esperienze dal quale attingere la strategia ottimale;
12. Dare fiducia al cliente con la fiducia in sé stessi;
13. Trovare motivazioni nell'acquisire nuove competenze;
14. Credere in ciò che si fa, avendo fiducia nel proprio prodotto;
15. Diventare “assertivi”;
16. Saper riconoscere e gestire i conflitti.



12. Prove intermedie ed elaborato finale

Per ciascun modulo con crediti formativi (Moduli I, II, III) sono previste verifiche intermedie con l'elaborazione di una tesina su un tema concordato con il docente di riferimento del modulo.

Al superamento delle verifiche intermedie, è prevista una discussione in presenza su una delle tematiche affrontate dal corso. Il diploma di corso di formazione in "Il professionista del Multilevel marketing", con l'attribuzione di 30 crediti formativi universitari (CFU) è rilasciato al superamento della prova finale.

INFORMAZIONI

Università degli Studi di Roma

UnitelmaSapienza

www.unitelmasapienza.it

info@unitelmasapienza.it