



UNIONE EUROPEA



REGIONE CAMPANIA



P.O.R.
Campania
FSE 2007-2013



La tua
Campania
cresce in
Europa

CATALOGO INTERREGIONALE ALTA FORMAZIONE 2011-2012



ALTA FORMAZIONE
altaformazioneinrete.it

CORSO DI SPECIALIZZAZIONE

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ

CORSO ID: 9927

QUOTA DI PARTECIPAZIONE € 6.000,00*

* È possibile partecipare al Corso usufruendo di una delle **Borse di Studio** messe in palio dalle nostre aziende partner.

PRE-ISCRIZIONE - ISCRIZIONE

Raggiungici in Via Pica, 62 - Napoli o Via Europa, 34 - San Giuseppe Vesuviano (Na) o chiamaci allo 081/5280346 -081/5540383.
e-mail: info@aimformazione.com
sito internet: www.aimformazione.com

450 ORE COMPLESSIVE

300 ORE FORMAZIONE IN AULA

150 ORE STAGE

I PARTECIPANTI

Titolo di Studio:
Laurea anche I livello
(vecchio o nuovo ordinamento)

RICHIEDI LA TUA BORSA DI STUDIO

aim
FORMAZIONE
SOGGETTO ATTUATORE

TP
pubblicitari professionisti
SOGGETTO PARTNER

ACCADEMIA della MODA
SOGGETTO PARTNER

PRESENTAZIONE CORSO

Obiettivi del corso:

Obiettivo del corso è fornire agli allievi metodologie, strumenti e tecniche per sviluppare un Know-how della cultura della comunicazione finalizzata ad accrescere l'immagine e la capacità penetrativa di un prodotto/servizio sul mercato di riferimento, percorso obbligato per il successo della nostra economia, sempre più esigente e alla ricerca, all'interno delle imprese, di professionisti capaci di dare valore, con l'utilizzo di adeguati strumenti strategici, a prodotti e servizi per affrontare le sfide dei mercati internazionali.

Risultati attesi:

Al termine del corso il risultato atteso sarà quello di creare figure professionali specializzate in grado di inserirsi, con successo e plusvalore innovativo, nelle aree della comunicazione e della pubblicità all'interno delle aziende, sia pubbliche che private, dove l'esigenza di disporre di professionisti esperti del settore è attualmente prioritaria.

Il professionista della comunicazione e pubblicità è colui che adotta le strategie di comunicazione per la promozione di un prodotto e predispone un piano di comunicazione pubblicitario in relazione ai principali media utilizzati oggi e alle logiche che ne regolano l'utilizzo.

Soggetti partners:

L'Accademia della Moda srl opera nel napoletano nel campo della formazione, nelle discipline della Moda e del Design, offrendo una formazione qualificata, riferita alla cultura dell'immagine, della comunicazione e alla comprensione delle dinamiche di mercato. L'Associazione Italiana Professionisti TP opera nel campo della comunicazione contribuendo a qualificare professionalmente gli Operatori della Pubblicità e della Comunicazione.

Le Parti tutte intendono attuare una sinergia atta a far convergere domanda e offerta di lavoro, all'interno di un disegno comune, la cui finalità è formare risorse specializzate nell'area della comunicazione e pubblicità, pronte ad inserirsi nel mercato del lavoro.

CERTIFICAZIONE

A conclusione del corso di specializzazione sarà rilasciato un attestato di frequenza.

PROGRAMMA DIDATTICO

Modulo 1: Gli aspetti principali della comunicazione - (ore 36)

I concetti base della comunicazione; Approfondimenti inerenti la comunicazione verbale e non verbale; Il processo di comunicazione e i principali strumenti di comunicazione; La comunicazione quale elemento critico di successo; Gli obiettivi e gli strumenti della Comunicazione; Principi della comunicazione aziendale; Comunicare con successo.

Modulo 2: Il Marketing e le tecniche di vendita comunicazione - (ore 42)

I concetti base del Marketing (che cos'è, qual è il suo ruolo nel mercato e nell'economia); I principali elementi di Marketing; Le 4 P del Marketing; La politica di promozione e sviluppo delle vendite (la comunicazione); Il marketing relazionale e le capacità relazionali legate al marketing; Le tecniche e gli strumenti che consentono di stabilire e sviluppare una relazione di qualità con la clientela; Il servizio al cliente attraverso le 4 "C"; I bisogni e i desideri del cliente; La soddisfazione del cliente (La Customer Satisfaction); Il processo di fidelizzazione della clientela (store loyalty); Le strategie di attrattività; Il direct Marketing.

Modulo 3: La comunicazione strategica comunicazione - (ore 42)

La comunicazione interna ed esterna; La comunicazione integrata; La comunicazione aziendale ed istituzionale; Il piano di comunicazione: analisi di contesto ed elaborazione; La pianificazione della comunicazione; L'analisi del contesto; La definizione degli obiettivi di comunicazione; La formulazione della strategia; Individuazione e segmentazione dei target; La progettazione delle attività di comunicazione; Il media planning; Il timing; Il budget di comunicazione; Il controllo dei risultati e la valutazione del ritorno degli investimenti comunicativi; Lo sviluppo di un'immagine vincente; Le regole di una comunicazione efficace; Il mix promozionale; Le promozioni al consumatore e agli intermediari commerciali; La strategia pubblicitaria e il processo creativo.

Modulo 4: La pubblicità: i canali pubblicitari e le tecniche principali comunicazione - (ore 54)

L'origine della pubblicità; I meccanismi di funzionamento; La costruzione di una campagna e la scelta del messaggio; Le informazioni da raccogliere prima dell'approccio e la valutazione delle stesse; L'ascolto del mercato con modalità innovative; I mezzi della pubblicità; La stampa; La radio; La televisione; Le pubbliche relazioni ed eventi; Web communication; La pubblicità on-line (Pubblicità Banner, Pubblicità e-mail, Buzz Marketing).

Modulo 5: Gli effetti strategici della comunicazione pubblicitaria comunicazione - (ore 36)

La Strategia nella comunicazione pubblicitaria per costruire, cambiare e consolidare atteggiamenti; La comunicazione in pubblicità deve parlare al consumatore; Il linguaggio della pubblicità; Una comunicazione pubblicitaria mirata; L'azione della pubblicità per diffondere il marchio; Comunicazione e pubblicità come fonte di valore per il marchio; La creatività nella comunicazione pubblicitaria; La costruzione dell'immagine dell'impresa.

Modulo 6: L'evento quale strumento pubblicitario comunicazione - (ore 42)

Definizione e simulazione di eventi promozionali (convention, meeting, fiere, mostre, congressi, concerti etc.); Le fasi di pianificazione di un evento; La progettazione dell'evento (briefing - ideazione e preparazione); Il piano promo-pubblicitario; Il post evento; Fashion show (ideazione, programmazione e progettazione); Gli aspetti creativi degli eventi; Produzione e coordinamento di un evento; Materiali promozionali (brochure, depliant, cataloghi etc.); Pubbliche relazioni; Ufficio Stampa.

Modulo 7: La tecnologia informatica e multimediale: per conoscere, comunicare, condividere comunicazione - (ore 48)

Computer ed informazione digitale; Funzionamento ed applicazioni del calcolatore; Reti telematiche ed Internet; Analisi del Mercato digitale; Le azioni di Internet Marketing per la promozione e commercializzazione del prodotto; Siti web: funzionamento, gestione, tipologie, trattamento dell'informazione; Creare contenuti per il web: (X)HTML e CSS in dettaglio; Contenuti multimediali: codifica, creazione e animazione di immagini, video e audio.

Modulo 8: Stage - (ore 150)

Durante la fase stage l'allievo ha la possibilità di acquisire abilità operative attraverso l'inserimento nel contesto di lavoro e l'interazione con gli esperti del settore al fine di sviluppare e concretizzare le competenze professionali.