

Grafica

La comunicazione integrata 2.0

Grafica

La comunicazione integrata 2.0

Progetto 1 Operazione RIF PA 2010/1468/BO approvata con Determinazione dirigenziale con impegno di spesa n. 780/2010

FINALITÀ

Il progetto intende fornire al target di riferimento gli strumenti conoscitivi e le linee guida rivolti alla comprensione e all'integrazione delle varie aree della comunicazione, con particolare riferimento alle piccole aziende, agenzie di pubblicità, studi grafici, ecc.

Introdurre i concetti di integrazione degli strumenti di comunicazione come punti di riferimento per i nuovi operatori della comunicazione e della creatività, in mercati sempre più competitivi ed in continuo cambiamento.

Il percorso formativo affronta tematiche relative al mondo della comunicazione, con particolare riferimento alla trasversalità del pensiero creativo, alle sue applicazioni su diversi media e contesti e alla necessità di avere delle solide basi strategiche per poter permettere alla creatività di sprigionare tutta la sua forza.

Il riferimento alla piccola azienda è importante per comprendere che i nuovi paradigmi non sono più incentrati su grande vs piccolo, ma su lento vs veloce.

PROGRAMMA

La comunicazione integrata 2.0.

- La comunicazione integrata. Le aree di intervento, le sinergie, i ruoli coinvolti.
- Differenze e integrazioni tra comunicazione di prodotto e comunicazione corporate.
- Il web 2.0 E le nuove modalità di comunicazione (social media, blog, community).
- Sinergie strategiche e opportunità offerte dall'integrazione tra comunicazione integrata tradizionale e mondo 2.0.
- Come si definisce un briefing 2.0.
- Il posizionamento creativo e di comunicazione.
- La copy strategy, istruzioni per l'uso.
- Come definire il target di riferimento on e off line.
- Gli obiettivi di comunicazione: definizione, monitoraggio e analisi dei ritorni.
- La comunicazione integrata 2.0 E i piccoli budget.
- Strumenti di comunicazione e strumenti di supporto alla vendita. differenze e modalità di utilizzo.

DOCENZA

Curata da Claudio Mancini, di claudiomancinistudio, consulente esperto in comunicazione integrata, Brand Management e formazione nell'area comunicazione/marketing.

DESTINATARI

La partecipazione al corso è a titolo aziendale. Il progetto si rivolge a lavoratori e lavoratrici che ricoprono ruoli chiave nelle imprese, imprenditori ed imprenditrici.

PERIODO DI SVOLGIMENTO E DURATA DEL PERCORSO

20 ore di lezione suddivise in incontri settimanali, in programmazione da marzo 2011.

ATTESTATO RILASCIATO

Attestato di frequenza

SEDE DI REALIZZAZIONE

Ecipar Bologna - Via di Corticella, 186 - 40128 Bologna.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

98,80 euro (novantotto,80) esente IVA ex art. 10. Corso co-finanziato dal Fondo Sociale Europeo e dalla Provincia di Bologna.

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONE

Ecipar Bologna - Via di Corticella, 186 - 40128 Bologna

Veronica Mazzoni
Aggiornamento Tecnico
formazione.continua@bo.cna.it
Tel. 051/4199728