



CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE PROGETTO LEONARDO S.r.l.

ACCREDITATO DALLA REGIONE CAMPANIA AI SENSI DELLA DELIBERA N. 226/2006
CODICE ORGANISMO: 00758/07/05

CORSO IN "ESPERTO IN COMUNICAZIONE DI MARKETING"

"La comunicazione d'impresa va al di là della pubblicità e delle relazioni pubbliche: si comunica con azioni e persino con il silenzio; un'impresa, come un individuo, non può non comunicare".

Società promotrice:	Progetto Leonardo S.r.l.
Obiettivi:	Fornire le competenze e le conoscenze per svolgere il ruolo professionale di Esperto in comunicazione di marketing. Il percorso di analisi prende le mosse dall'esigenza di maturare una visione strategica delle comunicazioni delle organizzazioni per poi individuare i diversi modi di gestirle.
Skill professionali:	I partecipanti al Corso acquisiscono le competenze necessarie a chi, nell'Azienda e/o nelle Agenzie, si occupa di Marketing, di Comunicazione, di Relazioni Pubbliche, di Account Management, di Media Planning, di Web Marketing, di Comunicazione on line.
Competenze cognitive:	Interpretare, definire ed elaborare strategie di Marketing e Comunicazione, leggere e interpretare un piano media, conoscere e utilizzare tecniche specialistiche (relationship marketing, event marketing, Advertising, Direct marketing, Comunicazione digitale, brand equity, sponsorship, tecniche promozionali) per progettare e definire le migliori combinazioni di azioni di Comunicazione.
Destinatari del corso:	Il corso si rivolge a Diplomi e Laureati in materie economico-giuridiche, umanistiche e sociali che vogliano avere un titolo specifico con cui presentarsi in azienda
Materiale didattico:	Block notes e penna, materiale didattico - Cd-rom contenente le slide proiettate durante il corso.
Periodo del corso:	32 ore. E' previsto un solo incontro settimanale, il Venerdì con frequenza full-time, dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00.
Calendario didattico:	Aprile Venerdì 17/04/2009 dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00 Venerdì 24/04/2009 dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00 Maggio Venerdì 08/05/2009 dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00 Venerdì 16/05/2009 dalle ore 9.00 alle 13.00 e dalle 15.00 alle 19.00
Attestato rilasciato:	Attestato di Competenza e Formazione in "Esperto in Comunicazioni di Marketing"



CENTRO FORMAZIONE PROFESSIONALE PROGETTO LEONARDO S.r.l.

ACCREDITATO DALLA REGIONE CAMPANIA AI SENSI DELLA DELIBERA N. 226/2006
CODICE ORGANISMO: 00758/07/05

PROGRAMMA DEL CORSO

- 1. La comunicazione nel governo dell'impresa**
 - 1.1. Il ruolo strategico della comunicazione nelle imprese
 - 1.2. La comunicazione d'impresa: obiettivi, contenuti e livelli
 - 1.3. Approccio integrato e interfunzionale alla comunicazione
- 2. Il processo di comunicazione**
 - 2.1. La fonte
 - 2.2. La scelta del canale
 - 2.3. La decodifica del messaggio
 - 2.4. Il destinatario
 - 2.5. La risposta ed il feedback
- 3. La comunicazione di marketing**
 - 3.1. Contenuto e relazione
 - 3.2. Gli obiettivi economici e comunicazionali
 - 3.3. La comunicazione nell'ambito del processo di pianificazione
 - 3.4. Dalla strategia di pianificazione al marketing communication mix
 - 3.5. Marca e comunicazione di marketing
 - 3.6. Customer relationship management e comunicazione di marketing
- 4. Il communication mix: strumenti, mezzi e veicoli per la comunicazione d'impresa**
- 5. Advertising**
 - 5.1. Tipologie pubblicitarie a confronto
 - 5.2. I principali mezzi della pubblicità
 - 5.2.1.1. La televisione
 - 5.2.1.2. La stampa
 - 5.2.1.3. La radio
 - 5.2.1.4. La pubblicità esterna
 - 5.2.1.5. Il cinema
 - 5.3. La strategia pubblicitaria
 - 5.4. Le fasi di sviluppo di una campagna pubblicitaria integrata
 - 5.4.1.1. La diagnosi
 - 5.4.1.2. Communication target, obiettivi e posizionamento
 - 5.4.1.3. La strategia creativa
 - 5.4.1.4. Il media plan
 - 5.4.1.5. La realizzazione creativa
 - 5.4.1.6. L'uscita della campagna (on air)
- 6. Le relazioni pubbliche**
 - 6.1. Il network comunicazionale
 - 6.2. Le caratteristiche delle PR
 - 6.3. Le aree di intervento
 - 6.4. Gli strumenti per la gestione delle PR
 - 6.5. Case study: 20 anni di Renault Espace – Evento al planetario di Roma

7. Il direct marketing

- 7.1. La diffusione
- 7.2. La pianificazione del direct marketing
 - 7.2.1.1. Gli obiettivi
 - 7.2.1.2. La segmentazione
 - 7.2.1.3. Il database
 - 7.2.1.4. Gli strumenti
 - 7.2.1.5. Il messaggio
 - 7.2.1.6. La misurazione dei risultati
 - 7.2.1.7. Case Study: la campagna di direct marketing per il lancio della carta blu American Express

8. La comunicazione digitale

- 8.1. La relazione ed il contenuto
- 8.2. La comunicazione di marketing in rete
- 8.3. Le forme di comunicazione digitale
 - 8.3.1.1. Siti web
 - 8.3.1.2. Portali
 - 8.3.1.3. Motori di ricerca
 - 8.3.1.4. Comunità virtuali
 - 8.3.1.5. L'e-advertising

9. Il packaging

- 9.1. La valenza nel communication mix
- 9.2. Struttura ed espressione del packaging
- 9.3. Lo sviluppo
- 9.4. Case study: il ruolo del packaging nel lancio di Campari Mixx

10. Il punto vendita

- 10.1. L'evoluzione del ruolo del pv
- 10.2. Il merchandising e gli elementi di comunicazione del pv
- 10.3. I nuovi format

11. Aspetti innovativi del communication mix

- 11.1. Il viral marketing
- 11.2. Il guerriglia marketing
- 11.3. Il tribal marketing
- 11.4. Il marketing esperienziale
- 11.5. Il product placement