

CORSO A CATALOGO 2011

Dettaglio corso

ID:	9612
Titolo corso:	Corso di Comunicazione e Marketing
Tipologia corso:	Corsi di specializzazione
Costo totale del corso a persona (EURO):	5.000,00
Organismo di formazione:	S.A.C. srl

Caratteristiche del percorso formativo

Area tematica:	Comunicazione
Settore/i:	<ul style="list-style-type: none"> - Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli - Altre attività di servizi - Attività dei servizi di alloggio e di ristorazione - Servizi di informazione e comunicazione - Attività immobiliari - Noleggio, agenzie di viaggio, servizio di supporto alle imprese - Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento
Obiettivi:	Il corso ha tra i suoi obiettivi fondamentali quello di formare professionisti in grado di inserirsi con successo nell'area della comunicazione aziendale, prediligendo le attività di relazioni pubbliche e della comunicazione integrata. Il corso si prefigge di trasferire contenuti e massima operatività, saperi teorici e pratici, finalizzati all'acquisizione di competenze (metodi, tecniche e strumenti), sempre più richieste dalle aziende e dalle società di consulenza più moderne ed evolute, sotto il profilo tecnologico ed organizzativo.
Risultati attesi:	Il corso ha l'obiettivo e l'aspettativa di formare manager in grado di operare con successo in aziende multinazionali e nazionali operanti nel settore turistico, tour operator, agenzie di viaggio, enti locali, agenzie di promozione turistica, hotel e catene alberghiere, aree di pianificazione territoriale di aziende pubbliche, ecc. Il corso mira dunque all'innalzamento delle competenze professionali dei partecipanti per favorirne l'ingresso nel mercato del lavoro.
Modalità di valutazione competenze in uscita:	Il sistema di monitoraggio e valutazione delle competenze professionali in uscita prevede test ed esercitazioni alla fine di ogni modulo didattico ed un test finale per la certificazione delle competenze acquisite.

Caratteristiche dei destinatari

Titolo di studio minimo per l'accesso al corso:	Laurea triennale (nuovo ordinamento)
Gruppi di corsi di laurea:	Gruppo agrario; Gruppo architettura; Gruppo economico-statistico; Gruppo giuridico; Gruppo ingegneria; Gruppo insegnamento; Gruppo letterario; Gruppo linguistico; Gruppo politico-sociale; Gruppo scientifico
Altri requisiti in ingresso:	conoscenza base della lingua inglese e dei principali strumenti informatici.

Altre informazioni

Durata totale:	240 Ore
Ore attività formazione in aula:	240 (corrispondente al 100,00 %)

Ore attività FAD:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Ore attività Outdoor:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Ore attività stage/project work:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Ore attività visite guidate:	(Non compilato)	(corrispondente al 0,00 %)
Note su attività:	(Non compilato)	
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza	
Note attestazione:	Al termine del corso, i partecipanti che avranno frequentato almeno l'80% del corso di specializzazione riceveranno un attestato di frequenza.	
Prove selettive / ammissibilità?:	Si	
Parte dell'attività svolta altrove:	No	
Durata dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)	
Motivazione:	(Non compilato)	
Sede dell'attività svolta altrove:	(Non compilato)	

Moduli didattici

Moduli Didattici - Corso ID: 9612 - Corso di Comunicazione e Marketing

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Le decisioni strategiche d'impresa
Contenuto:	Come pianificarle e gestirle al meglio; L'impresa ed il sistema competitivo; L'orientamento strategico di fondo; Cenni alla pianificazione strategica; L'utilizzo delle matrici come strumento di analisi strategica; Le strategie percorribili dalla piccola e media impresa.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Le azioni di marketing e l'analisi della concorrenza
Contenuto:	L'azienda e l'ambiente esterno; Le strategie di marketing; Il marketing mix; Le strategie operative; Il piano di marketing come strumento per la gestione aziendale.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Le informazioni di marketing per le decisioni e la pianificazione aziendale
Contenuto:	Le ricerche di mercato; La struttura di un sistema informativo di marketing; Definizione del piano di ricerca e strumenti per la raccolta dati; Definizione delle caratteristiche del campione; Sintesi ed interpretazione delle informazioni raccolte; Le ricerche qualitative: finalità e tecniche.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Communication mix: le relazioni pubbliche
Contenuto:	Il mondo dei media: i newsmidia; Le relazioni con i media; L'ufficio stampa: organizzazione, obiettivi e strumenti; Le strategie di community building; Le attività di lobby e public affair; Prevenzione e gestione delle crisi; Gli eventi aziendali: tipologie, gestione ed organizzazione.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Web Marketing e Web Communication
Contenuto:	Fare marketing attraverso il web; Dal piano di e-marketing agli strumenti dell'e-commerce; Le strategie di marketing sulla rete; Le relazioni pubbliche online; Le communities, i pubblici, gli obiettivi e gli strumenti a disposizione; Progettare la comunicazione e le relazioni pubbliche sulla rete.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Dati principali modulo didattico

Titolo:	Communication mix: pubblicità, sponsorizzazioni, promozioni e marketing diretto
Contenuto:	La pubblicità: dagli obiettivi all'idea creativa; Strategie pubblicitarie a confronto; La pianificazione pubblicitaria: obiettivi, target, budget e strumenti a disposizione; Le sponsorizzazioni; L'attività di ricerca sponsor; Pianificazione delle azioni di sponsorizzazione; Le promozioni: il processo di acquisto e le variabili di decisione, prezzo reale e prezzo percepito; Il Marketing diretto: il telemarketing ed il marketing postale.
Durata:	Ore 40
Modalità Formativa:	FORMAZIONE IN AULA

Aree di lavoro e gruppi di competenze

Competenze oggetto del corso
Legenda dei livelli di competenza
Livello Descrizione

- 1 Non possiede questa competenza
 2 Sta apprendendo questa competenza
 3 Sa agire questa competenza in modo non del tutto adeguato
 4 Sa agire questa competenza in modo sufficientemente autonomo
 5 Sa agire questa competenza autonomamente
 6 Ha buona padronanza di questa competenza
 7 Ha piena padronanza di questa competenza

Area tematica	Area di lavoro	Gruppo di competenze	
Comunicazione	Strategie di comunicazione	Capacità trasversali	
Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica	Livello obiettivo
Saper promuovere e favorire l'apprendimento e l'aggiornamento continuo delle conoscenze per se stessi, per il proprio gruppo di lavoro e per la propria impresa	3	test di ingresso e somministrazione di questionari per valutare il livello ed il grado di competenze e conoscenze dei partecipanti.	7
Saper programmare le proprie attività e quelle altrui in modo finalizzato al rispetto delle priorità e delle scadenze	3	Test di ingresso e somministrazione di questionari per valutare le capacità e le competenze dei partecipanti.	7
Conoscere le tecniche di problem solving e le metodologie per la gestione dei processi decisionali	3	test di ingresso e questionari per valutare il livello di conoscenza dei partecipanti.	7
Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi	3	test e questionari di ingresso per valutare il livello di conoscenza dei partecipanti.	7

Competenze richieste in ingresso e NON presenti tra quelle oggetto del corso

Competenza	Livello minimo richiesto in ingresso	Modalità verifica
------------	--------------------------------------	-------------------

Edizioni
Edizioni - ID corso: 9612 - Corso di Comunicazione e Marketing
Dati principali edizione - ID edizione: 9933

ID sede:	6547
Sede di svolgimento:	sac srl
Provincia:	AVELLINO
Comune:	AVELLINO
Indirizzo:	via de renzi 28
Località:	avellino

CAP: 83100
Telefono: 0825781956
Fax: 082535427
Email: olastella@gmail.com
Data scadenza iscrizione: 01/10/2011
Data avvio: 24/10/2011
Data fine prevista: 24/02/2012
Num. minimo Voucher: 4
Num. partecipanti max.: 20
Modalità svolgimento corso: Il corso si svolgerà secondo i consueti metodi di formazione d'aula frontale, prevedendo esercitazioni pratiche e studi di casi reali, individuali e di gruppo.
Specifiche su prove: I partecipanti saranno sottoposti ad una prova selettiva attraverso la somministrazione di test d'ingresso motivazionali, psico-attitudinali e specifici per valutare il livello di competenze in ingresso.

Docenti - ID edizione: 9933

Docenti: Lo staff didattico è costituito da manager di aziende nazionali, giornalisti, professionisti della comunicazione e docenti provenienti dal mondo accademico.

Partenariato - ID edizione: 9933

Partenariato: No

Dettaglio: (Non compilato)

Accessibilità - ID edizione: 9933

Accessibilità persone disabili: Sì

Specifiche accessibilità: La sede è accessibile ai diversamente abili, ma non è previsto alcun specifico supporto all'apprendimento.

Referente - ID edizione: 9933

Nome: oreste pietro nicola

Cognome: la stella