



www.studiovalletta.com



patrocinato da



31° Master

in Marketing, Comunicazione d'Impresa
e Comunicazione Pubblica

organizzato da

STUDIO VALLETTA COMUNICAZIONE

associato



Riconosciuto da



TP Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti

PATROCINI
E PARTNERS



FORMAZIONE D'ECCELLENZA



Il Master in Marketing, Comunicazione d'Impresa e Pubblica, organizzato dallo Studio Valletta Comunicazione nelle sedi di Bari, Foggia e Lecce, giunge alla sua 31^a edizione con la conferma dell'importante riconoscimento TP - Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti, a dimostrazione degli elevati contenuti formativi e grazie alla presenza di qualificati docenti e professionisti, garanzia essenziale per una formazione d'eccellenza. Il riconoscimento TP, concesso a pochi Master in Italia, permette ai partecipanti, a conclusione del percorso formativo, di entrare in Associazione con la qualifica di Pubblicitario senza sostenere l'esame di ammissione. Tale riconoscimento va ad aggiungersi ai numerosi e qualificati Patrocini delle massime Istituzioni Pubbliche e di importanti realtà aziendali, rendendo l'iniziativa un punto di riferimento formativo per coloro che, volendo accedere alle conoscenze specifiche del Marketing, della Comunicazione d'Impresa, della Pubblicità e della Comunicazione Pubblica, sono spesso costretti a ricercarle in territori lontani dal proprio contesto regionale.

Obiettivo principale del Master, frutto di un ambizioso progetto formativo derivante dalla lunga esperienza dello Studio Valletta (agenzia di comunicazione che opera nel settore dal 1972) è sviluppare con il proprio know-how la cultura della comunicazione e la cultura d'impresa, percorsi obbligati per il successo della nostra economia, sempre più attenta nel diffondere alle imprese la capacità di dare valore ai loro prodotti e servizi e di renderle pronte all'utilizzo di adeguati strumenti strategici per affrontare le sfide dei mercati internazionali.

La globalizzazione e i mutati scenari socio-economici determinano l'esigenza di nuove professionalità in grado di garantire, attraverso un corretto approccio di marketing e l'utilizzo di strategie e tecniche di comunicazione innovative, lo sviluppo di un'immagine aziendale vincente. A ciò va ad aggiungersi il crescente interesse da parte delle Pubbliche Amministrazioni, attualmente impegnate nella qualificazione e nella ricerca di professionalità più rispondenti alle proprie esigenze di comunicazione (Legge 150/2000).

INDICE

FORMAZIONE D'ECCELLENZA_3
OBIETTIVI_4
DESTINATARI_4
PROGRAMMA E DURATA_5
PARTECIPAZIONE E ISCRIZIONE_6
QUOTA DI PARTECIPAZIONE_7
INFORMAZIONI E ADESIONI_7
PIANO DI STUDI_8
STAGE_10
MODULO OPZIONALE: GRAFICA PUBBLICITARIA_11
CORPO DOCENTE_12
COMITATO SCIENTIFICO_15
HANNO OSPITATO IN STAGE I NOSTRI CORSISTI_16



OBIETTIVI

Il Master si svolge a Bari (Centro Congressi Hotel Excelsior), Foggia (Centro Congressi Hotel Cicoella) e Lecce (Centro Congressi Hotel Tiziano) e si propone di creare o qualificare figure professionali con competenze specifiche nei settori della Comunicazione d'Impresa e Pubblica, della Pubblicità e del Marketing, in grado di rispondere alle impellenti esigenze delle Imprese e delle Istituzioni in qualità di marketing manager, communication manager, product manager, brand & trade manager, sales manager, buyer, sales executive, account manager, distribution manager, marketing analyst, art director, copy writer, media planner, media buyer, strategic planner, public relations manager.

- Laureati e laureandi (in materie umanistiche, artistiche, scientifiche ed economico/giuridiche;
- Imprenditori e manager;
- Dirigenti ed Impiegati della Pubblica Amministrazione;
- Liberi Professionisti.

DESTINATARI



PROGRAMMA E DURATA

Durata del Master: 1295 ore, ripartite nel seguente modo:

- 615 ore di formazione teorico-pratica, di cui 150 ore di project work.
- 680 ore (4 mesi prorogabili fino a 6) di stage in aziende/enti pubblici, garantito a tutti i partecipanti.

Il percorso formativo è strutturato nei seguenti moduli:

- Introduzione alla comunicazione e al marketing
- General management
- Comunicazione d'impresa
- Comunicazione pubblica
- Marketing management
- Aspetti deontologici e giuridici della comunicazione
- Project work

Al programma base è possibile aggiungere il modulo opzionale Laboratorio di creatività e grafica pubblicitaria della durata di 150 ore.

L'obiettivo formativo del laboratorio è quello di professionalizzare i partecipanti nell'utilizzo delle diverse metodologie creative, incrementando le competenze specifiche dell'art direction e del graphic design.

Le lezioni saranno tenute da professionisti, docenti universitari, imprenditori e manager rappresentanti qualificate realtà aziendali e da dirigenti delle Pubbliche Amministrazioni; tali esperienze saranno messe a disposizione dei partecipanti attraverso un metodo didattico interattivo basato sull'alternarsi di incontri teorico-pratici, work-shops, case-histories, al quale andrà ad aggiungersi la realizzazione di un project work, permettendo in tal modo una specifica conoscenza ed applicazione delle nuove tecniche, strategie e strumenti del Marketing, della Comunicazione e della Pubblicità.



Romano Billet

Pubblicitario - Consulente di comunicazione strategica



PARTECIPAZIONE ED ISCRIZIONE



Il Master è riservato ad un numero limitato di partecipanti, selezionati mediante prova di ammissione.
Le lezioni si terranno tre giorni a settimana con frequenza obbligatoria.

A fine corso sarà rilasciato un diploma con valore professionale valutabile come "titolo culturale" ai fini concorsuali secondo la normativa vigente.
L'attività di stage (4/6 mesi), costituisce credito formativo ai sensi della legge 196/97.

Lo Studio Valletta Comunicazione, grazie al sostegno delle prestigiose Aziende partner, bandisce per l'Anno Accademico 2010/2011 n.3 borse di studio a copertura totale (una per ogni sede) per la partecipazione al Master in Marketing, Comunicazione d'Impresa e Comunicazione Pubblica (non cumulabili con agevolazioni interne, borse di studio regionali e/o di altri enti pubblici o privati).

Possono partecipare all'assegnazione delle borse di studio i candidati che rispondono ai seguenti requisiti:

- abbiano superato brillantemente le selezioni di accesso al Master;
- voto di laurea non inferiore a 110/110;
- età non superiore a 24 anni (laurea di 1° livello) o 27 anni (laurea specialistica);
- presentazione del modello ISEE.

L'assegnazione delle borse di studio avrà luogo ad insindacabile giudizio della Commissione esaminatrice.

Il Master è finanziabile con borse di studio regionali. Si invitano gli interessati a consultare i siti web delle regioni di appartenenza.

A conclusione degli esami finali saranno premiati i due migliori project-work.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

INFORMAZIONI E ADESIONI



Aldo Biasi

Pubblicitario - Direttore creativo ABC

Il valore del Master è di euro 8.000,00+IVA (comprensivo di materiale didattico).
Per i corsisti che supereranno la prova di ammissione il costo del Master è di euro 4.800,00 + IVA (quota di iscrizione 500,00 euro + IVA); quota di partecipazione 4.300,00 euro + IVA pagabile in comode rate mensili in collaborazione con Neos Finance società del Gruppo Intesa Sanpaolo*.

Il costo del modulo opzionale di grafica pubblicitaria è di euro 2.200,00 + IVA (l'attivazione del modulo è subordinata al raggiungimento di n. 10 iscritti).
L'acquisto del Master e del modulo aggiuntivo di grafica pubblicitaria dà diritto ad uno sconto del 30% sul prezzo del corso di grafica.

E' possibile frequentare singolarmente il corso di grafica pubblicitaria.
I corsisti residenti al di fuori delle sedi del Master potranno soggiornare a condizioni vantaggiose presso le strutture ricettive convenzionate con lo Studio Valletta.

*Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Informazioni precontrattuali presso le Filiali/Agenzie. In ogni caso il Consumatore ha diritto di ottenere, prima dell'eventuale perfezionamento del contratto di prestito prescelto, il documento di "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" e copia completa del testo contrattuale idoneo per la stipula. La concessione di finanziamenti è subordinata all'approvazione di Neos Finance.

STUDIO VALLETTA COMUNICAZIONE - BARI

via Principe Amedeo, 7
Tel. 080 5240711
Fax 080 9641298
segreteria@studiovalletta.com

www.studiovalletta.com



Enrico Finzi

Sociologo dei consumi - Presidente Astra Ricerche

PIANO DI STUDI

Il master è strutturato in 7 moduli:

INTRODUZIONE ALLA COMUNICAZIONE ED AL MARKETING

Presenta ai corsisti gli elementi concettuali, linguistici e metodologici essenziali della comunicazione e del marketing, creando una solida base di conoscenze comuni.

GENERAL MANAGEMENT

Fondamenti di organizzazione e gestione delle risorse umane.

Comportamento organizzativo, empowerment e team-work.

Management e Leadership.

Dalla mission alla strategia d'impresa.

Le strategie competitive.

La logistica aziendale e la catena del valore.

Logistica in entrata e logistica di marketing.

Il marketing d'acquisto e la gestione dei fornitori.

Case histories e seminari.

COMUNICAZIONE D'IMPRESA

La comunicazione pubblicitaria e il suo ruolo: fasi evolutive, destinatari, modelli interpretativi.

L'agenzia di pubblicità: reparti e ruoli.

Il reparto account: account manager ed account executives. Il reparto creativo: direttore creativo, art-director e copywriter. Il reparto media: media planner e media buyer. Strategic planner.

La strategia pubblicitaria: brief, copy strategy, media strategy. La componente creativa del messaggio. La determinazione e la gestione del budget. La verifica dell'azione di comunicazione.



Le tipologie della comunicazione d'impresa: interna, istituzionale, di marketing.

Le discipline e gli strumenti della comunicazione d'impresa: pubblicità, promozione, relazioni pubbliche, direct marketing, sponsorizzazioni, incentive, eventi.

I mezzi di comunicazione.

Strategia, pianificazione, acquisto: quotidiani, periodici, tv, radio, cinema, stampa specializzata, affissioni, pubblicità dinamica, web 2.0, new media.

Case histories e seminari.

MARKETING MANAGEMENT:

MARKETING STRATEGICO E OPERATIVO, EMOZIONALE, TURISTICO

Strategie e tecniche di marketing: il business plan, il marketing mix, analisi della concorrenza, il posizionamento strategico, la segmentazione del target, il ciclo di vita del prodotto, l'analisi swot, il break even point, la matrice Boston Consulting, la moderna distribuzione, la logistica, le ricerche di mercato, il web marketing, struttura e redazione del piano di marketing.

Marketing emozionale: le metodologie non verbali (eye tracking e biofeedback).

Marketing del turismo - strategie e politiche: le tipologie di turisti, il territorio come prodotto, il vantaggio competitivo, analisi del coinvolgimento emotivo del territorio, individuazione dei touch-points, strumenti e politiche di comunicazione nel turismo attraverso una strategia di marketing emozionale.

Case histories e seminari.

COMUNICAZIONE PUBBLICA

La comunicazione pubblica: il quadro normativo.

La comunicazione interna ed esterna. L'ufficio relazioni con il pubblico (URP). Il portavoce, l'ufficio stampa, il rapporto con il cittadino.

Il piano di comunicazione pubblica, le campagne di comunicazione istituzionale, la comunicazione politica, gli strumenti di relazioni pubbliche, la comunicazione di crisi. Case histories e seminari.



Lorenzo Marini

Pubblicitario - Direttore creativo Marini e Associati

STAGE

ASPETTI DEONTOLOGICI E GIURIDICI DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA
Dall'etica alla norma: il Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, teoria e prassi. Il ruolo del garante per la protezione dei dati personali. Case histories e seminari.

PROJECT WORK

I corsisti, organizzati in gruppi, sono chiamati a sviluppare, al termine della fase d'aula del Master, un progetto completo di marketing e comunicazione, dall'analisi di mercato al piano di comunicazione integrata, studiando un caso aziendale concreto ed attuale.

Lo Studio Valletta, avendo stipulato convenzione con Sportello Stage (A.C.T.L.) - Milano e con il Gruppo Boscolo - Padova, garantisce ai propri corsisti non occupati la possibilità di effettuare un tirocinio formativo (stage) della durata di 4 mesi (680 ore), prorogabile fino a 6 mesi.

Lo stage si svolgerà in realtà aziendali o pubbliche amministrazioni dislocate sull'intero territorio nazionale, valorizzando le inclinazioni ed assecondando le preferenze dei singoli corsisti che potranno così approfondire operativamente le conoscenze acquisite, rispondendo alle richieste di personale qualificato da parte delle aziende.

La cura riposta nell'inserimento in stage degli allievi crea così opportunità occupazionali interessanti, come dimostrato dal crescente placement raggiunto dalle precedenti edizioni del Master.

Per garantire i migliori risultati, il responsabile placement affianca gli allievi in tutte le fasi dell'inserimento in stage mediante un'attività di counselling (orientamento attitudinale) tesa a finalizzare le potenzialità dei corsisti.

L'attività di placement prosegue anche dopo la conclusione del Master, mediante il costante aggiornamento del profilo di ogni corsista, per soddisfare richieste di professionalità specifiche da parte delle imprese.



MODULO OPZIONALE: GRAFICA PUBBLICITARIA

Nel mondo di oggi, in bilico tra realtà e rappresentazione della realtà, la grafica svolge un ruolo da protagonista.

Senza la grafica non saremmo quasi in grado di definire le cose, di assegnare posti o gerarchie di valore, non sapremmo classificare, scegliere o rifiutare nella giungla sempre più affollata di prodotti e servizi.

La grafica è quindi una necessità all'interno di ogni sistema aziendale perché è la rappresentazione simbolica della realtà, fondamentale codice di connessione di esperienze attraverso il quale è possibile accrescere il valore delle cose.

Il corso, che si svolgerà in un attrezzato laboratorio informatico, tratterà inizialmente di basic design, ovvero delle tematiche di base che formano la disciplina, costituendo passaggi obbligati per acquisire la corretta metodologia progettuale del graphic design.

Il percorso didattico spazierà in seguito dalle operazioni basilari fino alla creazione di immagini complesse, con l'utilizzo del potente software di grafica vettoriale Corel Draw e di Adobe Photoshop.

L'intento dichiarato è non solo quello di trasformare l'allievo in un utente con perfetta padronanza dei concetti essenziali, ma soprattutto quello di creare un ambiente di studio nel quale sentirsi a proprio agio per sperimentare ed affinare la propria abilità tecnica e creativa.

Gli allievi, grazie alle competenze acquisite, realizzeranno un progetto di corporate identity (marchio-logo, coordinato aziendale, packaging, ecc.) ed una campagna di comunicazione integrata, declinata su mezzi diversi: stampa, affissione, dinamica, ecc.

Al termine del percorso didattico sarà rilasciato un attestato di partecipazione.

CORPO DOCENTE



Raffaele Valletta

Pubblicitario - Direttore creativo Studio Valletta Comunicazione

ALDO BIASI: TP, Amministratore unico e direttore creativo di ABC. Ha collaborato per importanti agenzie di pubblicità: *Armando Testa*, *Benton & Bowles*, *Leo Burnett*, *Publicis/FCB*. Nel 1981 fonda la *Impact & Dolci Biasi*. Nel 1994 fonda la *Sanna e Biasi*. Nel 2000 dà vita insieme ad Aldo Fiorani al gruppo ABC.

ROMANO BILLET: TPP, Consulente di comunicazione globale, strategica e creativa; docente, formatore presso organizzazioni internazionali, istituti universitari, aziende, agenzie, associazioni. E' stato direttore creativo e general manager di *Lintas*, European new business director di *Lintas International*, direttore generale di *Intermarco Farner Publicis*, direttore centrale propaganda di *Mondadori*, amministratore delegato di *Ted Bates*, presidente di *Foot Cone & Belding*.

FABRIZIO BALDASSARRE: Ricercatore e Professore aggregato di *Economia e Gestione delle Imprese* - Facoltà di Economia, Università degli Studi di Bari.

MICHELE BALDASSARRE: Docente di *Progettazione e sperimentazione di ambienti multimediali per la formazione* nel corso di laurea specialistica in Comunicazione e Multimedialità e *Tecnologie dell'istruzione e dell'apprendimento* nel corso di laurea in Scienze della formazione primaria dell'Università degli Studi di Bari. Esperto di multimedialità in rete e di tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

POMPEO BALTA: Dottore Commercialista. Consulente di Marketing e Creazione d'Impresa. Docente-formatore presso istituti universitari, aziende, agenzie, associazioni.

DIONISIO CICCARESE: Giornalista professionista. Direttore Responsabile de *La Gazzetta dell'Economia*. Presidente di *Homepage Group*. E' stato Direttore di *Antenna Sud* e capocronista e redattore capo centrale de *La Gazzetta del Mezzogiorno*. Ha svolto docenze per conto dell'Università di Foggia, del Politecnico di Bari, della Scuola Regionale del Coni, dell'Ordine dei Giornalisti di Puglia. E' diplomato in Marketing e Comunicazione alla Business School de *Il Sole 24 ore*.

TERESSELLA CONSONNI: TPP. Giornalista. Amministratore della omonima Agenzia di Relazioni Pubbliche. Formatore all'interno di iniziative per P.R. e per la comunicazione. Esperienze diversificate per aziende leader di mercato e multinazionali, è stata direttore P. R. in *McCann-Erickson Italia S.p.A.*

MICHELE CRISTALLO: Giornalista professionista. Già direttore della *Gazzetta dell'Economia*. Componente del Consiglio Direttivo della Federazione Nazionale della Stampa.

STEFANO CRISTANTE: Sociologo, Giornalista Pubblicista, Docente di *Sociologia delle Comunicazioni di Massa* e di *Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi*, presso l'Università degli Studi di Lecce, Facoltà di Lettere e Filosofia e Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione. Fondatore dell'Osservatorio di Comunicazione Politica presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione - Università La Sapienza - Roma.

FORTUNATA DELL'ORZO: Giornalista professionista. Ha lavorato per la radio, la tv, la carta stampata. È stata direttore del primo quotidiano telematico in Puglia *Barilive.it*. È direttore di *minformo.it*. Tiene seminari e laboratori sulla comunicazione multimediale, internet e le reti globali presso le Facoltà di Scienze della Formazione e Scienze della Comunicazione dell'Università degli Studi di Bari.

FRANCO DERAMO: Responsabile Comunicazione Enel per Puglia e Basilicata. Consigliere nazionale supplente e Delegato regionale Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana per Puglia e Basilicata.

PASQUALE DIAFERIA: TPP. Giornalista. Docente di *Teorie e Tecniche della Comunicazione di massa* - Università dell'Insubria (Varese-Como). Creative Chairman di *SpecialTeam*, società di consulenza creativa e strategica con sedi in Italia e negli USA. Proboviro dell'Art Directors Club Italiano. Socio dell'Adc di New York.

ENRICO FINZI: TPP, specializzato in psico-sociologia, giornalista professionista. Presidente di alcuni istituti di ricerca e consulenza: *Astra* (scenari e consulenza strategica), *Demoskopea* (ricerche sociali e di marketing), *Alphabet* (communication research). Vicepresidente dell'AIMS (Associazione Italiana per gli Studi di Marketing). E' autore di saggi e studi di sociologia e di marketing.

VITO GALLOTTA: Professore ordinario nel settore scientifico-disciplinare di Storia Contemporanea. Insegna *Storia del Giornalismo* nel corso di studio in Storia del Giornalismo dell'Università di Bari e *Cultura d'Impresa* al Corso di Studio Interfacoltà in Scienze Tecnologiche della Moda. E' presidente del Master universitario biennale in



Giornalismo in collaborazione con l'Ordine dei Giornalisti di Puglia ed in convenzione con l'Ordine Nazionale dei Giornalisti.

FRANCESCO GALLUCCI: Docente di *Sociologia della Comunicazione* presso il Politecnico di Torino. Presidente di *1to1lab*, società di ricerca che opera nel campo del marketing emozionale.

EUGENIO IORIO: Specializzato in marketing politico ed elettorale ed in *project and risk management*. Docente di *Comunicazione politica* nel Corso di Laurea specialistica in Scienze della comunicazione sociale, istituzionale e politica, Università degli Studi di Bari. Dirigente del *Servizio Comunicazione Istituzionale Regione Puglia*.

RAFFAELLA LA TORRE: Specializzata in comunicazione nei mass-media e progettazione delle interfacce grafiche utente orientata all'usabilità. Esperta in linguaggi multimediali e grafica editoriale. Esperienza operativa di art director presso lo Studio Valletta Comunicazione.

LORENZO MARINI: Architetto, TTP, Presidente e direttore creativo della *Marini&Associati*. Ha collaborato per importanti agenzie di pubblicità: *Dorland Ayer, Armando Testa, Leo Burnett, Ogilvy & Mather, Canard, Alberto Cremona*. Clienti: *Martini, Bacardi, Fujifilm Italia, Ferretti Yacht, Faac, Flair Mondadori, Coca Cola, Pineider*.

AGOSTINO MARENGO: Professore Aggregato - Ricercatore confermato di Informatica, presso la Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Bari. Amministratore Delegato *Osel Consulting Srl*, società spin off dell'Università degli Studi di Bari.

SILVIO MASELLI: Direttore della Fondazione Apulia Film Commission. Docente a contratto in *Tecniche delle produzioni audiovisive* presso l'Università degli Studi di Bari.

ANTONIO MILETI: Master CUOA in Marketing e comunicazione. PhD presso l'Università di Bologna. Docente di *Marketing e comunicazione* presso università e istituti di formazione. Consulente di impresa e strategic planner per agenzie di pubblicità.

LINO PATRUNO: Docente di *Tecniche della comunicazione pubblicitaria*, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Bari. Già direttore del quotidiano *La Gazzetta del Mezzogiorno*.



FEDERICO PIRRO: Docente di *Storia dell'Industria* Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Bari e di *Politiche economiche territoriali* nell'Ateneo di Lecce. E' editorialista economico del *Corriere del Mezzogiorno* e di *Mezzogiorno economia*, dorsi meridionali del *Corriere della Sera*.

MAURIZIO ROMPANI: Direttore Generale *Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti* - TP. Professore di *Etica della Comunicazione* presso la Facoltà di Filosofia dell'Università di Ferrara e Docente presso l'Università di Milano.

ANGELO SEMERARO: Professore ordinario di *Pedagogia Sociale*, Presidente del Corso di Studi in Scienze della Comunicazione, Università del Salento Lecce.

SERGIO TALAMO: Giornalista, responsabile Ufficio Stampa e Comunicazione del Formez di Roma, Docente universitario, editorialista del Nuovo Quotidiano di Puglia.

RAFFAELE VALLETTA: TPP, Pubblicitario Professionista. Docente di *Advertising e Visual Design* presso l'Accademia di Belle Arti di Bari. Rappresentante regionale membro del Consiglio nazionale TP.

Sono inoltre previste testimonianze di Professionisti, Imprenditori, Dirigenti d'Azienda e di Enti Pubblici ad arricchimento delle tematiche trattate.

DIRETTORE: Raffaele Valletta

COMITATO SCIENTIFICO

Michele Baldassarre
Aldo Biasi
Romano Billet
Enrico Finzi
Vito Gallotta
Raffaele Valletta

HANNO OSPITATO IN STAGE I NOSTRI CORSISTI



1to1lab - Milano
Zelledesign - Francavilla Fontana (BR)
Ad2sell - Roma
Adpress Communications - Bologna
Leone de Castris - Salice Salentino (LE)
Antenna Sud - Bari
Arval - Milano
Asernet - Foggia
Auchan
Banca Popolare Pugliese - Matino (LE)
Banco Popolare - Verona
Bengy and Company - Barletta (BAT)
Bic Puglia Sprint - Bari
Big Sur - Lecce
Bonassisa - Foggia
Bookingshow - Foggia
Borsa Viaggi - Roma
Business International - Roma
C.O.N.I. - Bari
Camera di Commercio Bari
Camera di Commercio Italo Orientale - Bari
Campari Italia - Milano
Carrefour
Cesvim Academy - Foggia
Cezanne Software - Bari
Chance - Milano
Cic Sud - Bari
CO.BE.GA. - Taranto

Comma3 - Bari
Comune di San Severo
Comune di Surbo
Consorzio Salento Congressuale - Lecce
Corriere del Mezzogiorno - Bari
COTUP - Bari
Creativiassociati - Bari
Daddario.it - Taranto
Decathlon
Digifless - Foggia
Eataly - Torino
Eland - Foggia
Emmecidue - Bari
Ericsson Telecomunicazioni - Roma
Esseci - Lecce
Eventi D'autore - Bari
Evoice Planet - Foggia
FICTS - Milano
For You - Milano
G.S.P. Gestione Spazi Pubblicitari - Bari
General Motors - Roma
Gieffe Automotive - Bari
Granoro - Corato (BA)
Grifo Multimedia - Bari
Gruppo Mixer Media - Lecce
Gruppo Oltrelinea - Lecce
Guida Monaci - Roma

HPG - Bari
Iconmedialab - Milano
Initiative Media - Milano
Ink Studio Italia - Bari
IPRES - Bari
Kibrit&Calce - Bari
La Fabbrica - Milano
Larsen&Aikman - Bari
Leroy Merlin
Lorenzo Marini & Associati - Milano
Lowe Pirella Fronzoni - Milano
Lupa ADV - Taranto
Marino - Altamura (BA)
Master Pubblicità - Bari
Matrix - Conversano (BA)
Mebimport - Leverano (LE)
Mediamorfosi - Gallipoli (LE)
Mediateam - Lecce
Medica Sud - Bari
Mercurio - Bisceglie (BA)
Meta Comunicazione e Pubblicità - Chieti
MGF - Lucera (FG)
Moruzzi's Group - Bologna
Miglionico - Acquaviva delle Fonti (BA)
Never Before Italia - Castellana Grotte (BA)
Nice Communication - Milano
Nuovo Quotidiano di Puglia - Lecce
Onibur communication & advertising - Bari

Osel Consulting - Bari
Patrini&Partners - Milano
Proforma - Bari
Progresso Service - Lecce
Project Communication - Napoli
Promostudio360 - Bari
Protem - Lecce
Provincia di Foggia
Provincia di Lecce
Regione Puglia Comunicazione Istituzionale - Bari
Reno - Milano
Richemont Italia - Milano
Romamultiservizi - Lecce
Scenario - Manfredonia (FG)
Sec Mediterranea - Bari
Sistemi e Consulenza Informatica - Molfetta (BA)
Sky TV - Roma
SP South Production - Lecce
Symbola Fondazione per le Qualità - Roma
Telenorba - Conversano (BA)
U.I.S.P. - Lecce
Università degli Studi di Chieti
Vivendo Bellezza - Milano
Wake Up - Barletta (BAT)
Xent - Galatina (LE)

