



communicative
learning by doing

Come ti vedi da qui a due anni?

(Vero che non stai navigando a vista?)

Cosa farò da grande (cioè praticamente adesso)?
O ti affidi al caso (mandi curricula a pioggia, accetti il primo lavoro che ti offrono e che abbia una seppur vaga attinenza con qualcosa che potrebbe avere a che fare con la professione che t'interessa), o elabori un piano.

Terminata l'università, i primi mesi sono importanti. Perché ti puoi ancora permettere di usare il tuo tempo per capire cosa vuoi fare, cosa il mercato ti consentirà di fare, e quanta carriera potrai fare nell'ambito che avrai individuato.

Più avanti nel tempo, comincerai a stare stretto: fatta pratica per un paio d'anni di una certa mansione, anche se scoprirai che è poco interessante o scarsamente retribuita, forse non ti sentirai di tornare a zero e ricominciare, forse l'aspetto economico diventerà una variabile dalla quale non potrai più prescindere, forse non avrai più tempo...

Il momento di fare le scelte giuste è adesso.

SE riguardo al tuo futuro professionale non intendi lasciarti guidare dal caso,
SE vuoi assolutamente lavorare nel marketing e nella comunicazione,
SE sei deciso a svolgere un'attività interessante, non una qualunque,
SE vuoi scegliere una strada che offra buone possibilità di carriera

il Master in Marketing e Comunicazione CommunicActive è la giusta scelta.

master in marketing e comunicazione 2009

Durata	160 ore
Frequenza	quattro settimane full-time, esclusi i weekend
Inizio	Ottobre 2009
Costo del Corso	€ 2.800 + IVA (€ 3.360) di cui: 30% tassa d'iscrizione (€1008) 70% inizio corso (€2352)
Stage	garantito

N° verde 800 089463
www.communicative.com

Meglio imparare dai migliori

Piccola premessa.

Se stai pensando di utilizzare il tuo tempo, la tua energia e i tuoi soldi per imparare a diventare un professionista della comunicazione, la prima domanda da porre a te stesso è: cosa sapranno insegnarmi i miei insegnanti?

Cioè, se il master è la scatola, che cosa esattamente c'è lì dentro?

Cominciamo da qualche dato.

2001. Vincitori premio Immagina (Francia) e Siggraph (USA) per il progetti d'identità delle Reti Telemontecarlo e La7.

2004. Vincitori premio Bardi per il progetto GioKreò, sezione Animation and Storytelling Award.

2004. Selezione Compasso d'Oro ADI per il cliente FILA: strumenti per comunicare B2B e B2C.

2005. Premio Targa d'Oro della Comunicazione Italiana. Targa d'argento per il progetto Kid-A (The network generation magazine) per l'alto valore tecnologico-creativo, per l'innovazione e la forte interattività con il target di riferimento.

2006. Ideatori e produttori di: The Cybercrew: la prima sit-com italiana online, progettata e prodotta per il marchio TRATTO, per rispondere alla domanda dell'azienda di nuovi strumenti di comunicazione rivolti a nuovi target.

2007. Ideatori del nuovo marchio SignJam, sotto il quale il meglio della Urban Culture internazionale arriva in Italia. Exhibits, workshops, open lectures... un sistema completo di attività culturali e di comunicazione delle stesse (più qualche festa mirabolante!).

In pochi tratti, questa è Metaflow: una delle più aggressive, raffinate e tecnologicamente evolute società di comunicazione oggi in Europa.

Clienti? Fila, Nastro Azzurro, Comune di Milano, Giotto, Tratto, Pampero, Red Bull, Mini, Regione Lombardia, per citarne alcuni.

CommunicActive.

Formiamo comunicatori evoluti.

La comunicazione sta velocemente cambiando pelle; le nuove tecnologie e i nuovi media in gioco determinano, imprescindibilmente, nuovi processi e nuovi linguaggi. Linguaggi che le aziende più attente ai cambiamenti vogliono fare propri e che molte persone, target potenziali di queste aziende, sono interessate ad ascoltare; meglio: a condividere.

Per questo Metaflow, insieme a Metalab, l'associazione culturale sua partner nella formazione alla creatività e alla comunicazione, sono in prima linea nel formare nuove leve di professionisti, muniti di skills culturali raffinati, adeguati a questo settore in costante e rapida evoluzione.

Lo strumento è CommunicActive: il sistema di corsi di formazione, masters e workshops pensato specificamente per i professionisti della comunicazione: per chi in questo mondo vuole entrare e per chi già vi opera, ma sente il bisogno di aggiornarsi, stando al passo col cambiamento.

CommunicActive: masters, corsi e workshops a grande densità esperienziale e tecnologica, ideati da chi, la comunicazione, la fa (con evidente successo) e dedicati a chi vuole imparare a farla.

Sembra banale sottolinearlo, ma... potendo scegliere, meglio imparare dai migliori.

Perché questo master e non un altro?

CommunicActive Marketing e Comunicazione offre una formazione completa e approfondita sui modelli, le figure professionali e i modi pratici del fare comunicazione.

E' il master progettato da chi, in questi settori, lavora davvero. E ciò, a nostro parere, fa la differenza (here is the beef!).

Il master è infatti ideato e gestito non da docenti di professione (modello d'apprendimento prettamente teorico), ma da professionisti che vivono ogni giorno le esigenze – vere, pratiche, quotidiane – dell'azienda e dell'agenzia.

Risultato?

Persone formate in modo da poter essere operative da subito.

I punti di forza del master:

Sentirsi al lavoro, dal primo giorno
Un ambiente fisicamente e operativamente strutturato come la più moderna agenzia di pubblicità, per poterti misurare col mondo del lavoro fin dal primo giorno di master. Dalla disposizione degli spazi, alle tecnologie utilizzate, ai processi operativi: tutto il percorso d'apprendimento è volto a farti vivere un ambiente di lavoro vero, in ogni suo aspetto.

Tanta operatività, tanto laboratorio
Perché, tra chi sa fare e chi non sa fare le cose, indovina chi verrà scelto prima?

Tecnologie innovative, per lavorare da subito
Tecnologie raffinate, funzionali all'apprendimento rapido, per iniziare a lavorare efficacemente da subito. Videoconferenze, accesso libero a computer sempre online, superfici a muro come enormi lavagne da riempire... Strumenti funzionali a moltiplicare gli stimoli, fare ricerche, condividere concetti e idee in flusso rapido e costante.

160 ore di corso concentrate in un intensissimo mese
Perché, dalle elementari all'università, sei già stato a scuola abbastanza: è nostra intenzione farti lavorare.

Uno stage assicurato
Uno stage dove non apprenderai la raffinata tecnica del fare fotocopie, ma accederai a preziose, e formative, esperienze professionali.

Un costo ragionevole
Un investimento accettabile anche per persone giovani, non ancora economicamente produttive (coraggio, ancora per poco!) e per loro famiglie.

Le caratteristiche del corso

CommunicActive Marketing e Comunicazione è un corso di formazione che, sullo stile americano, si propone di dare allo studente una grande densità d'informazione in un tempo relativamente breve. Il master dura infatti esattamente un mese, più uno stage di ottimo livello della durata minima di un altro mese.

Il fine è quello di fornire alla persona strumenti:

- . per trovare un buon posto di lavoro nell'ambito del marketing e della comunicazione,
- . per saperselo tenere,
- . per avere migliori opportunità di fare, in pochi anni, una carriera soddisfacente.

A chi si rivolge il Master

Ai giovani laureandi o laureati determinati a fare carriera nell'ambito di una delle professioni più interessanti e coinvolgenti oggi sul mercato.

A persone già impegnate nel settore che intendono investire nella loro carriera.

Metodologia formativa

Il master prevede un continuo alternarsi tra teoria e pratica, cioè tra attività d'insegnamento classiche, analisi di casi, esercitazioni individuali e di gruppo su temi realmente e quotidianamente affrontati dalle aziende e dalle agenzie di comunicazione.

Tutti i docenti sono professionisti con anni d'esperienza maturati in azienda ed in agenzia, ambiti, questi, nei quali operano quotidianamente in parallelo all'attività di formazione.

Il nostro corpo docente opera infatti nel mercato di oggi e sa cosa chiedono, oggi, le aziende e le agenzie ai loro nuovi assunti.

I docenti hanno professionalità specifiche e complementari al fine di offrire allo studente un programma di apprendimento complessivo ed articolato, in grado di coprire davvero tutti gli aspetti salienti di questa professione (anche quelli più innovativi e trasversali).



communicative
learning by doing

Programma del corso

Il master si articola in 5 moduli, più un sesto rappresentato dallo stage.

I moduli sono i seguenti:

1. LE RAGIONI DEL MARKETING
2. IL MERCATO DELLA COMUNICAZIONE
3. IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE
4. LE COMPETENZE CHE FANNO LA DIFFERENZA
5. TROVARE IL PRIMO LAVORO
6. LO STAGE

modulo 1

LE RAGIONI DEL MARKETING

PERCHE'IL MARKETING

La definizione del business e la sua evoluzione, fattori di acquisto e di successo, le variabili organizzative aziendali.

GLI STRUMENTI DI MARKETING

Il processo di pianificazione commerciale, le strategie aziendali, le politiche di portafoglio prodotti.

STRATEGIE DI MARKETING

Segmentazione e target, posizionamento, marketing mix.

IL MARKETING OPERATIVO

Il prodotto, il prezzo, le promozioni, la distribuzione

IL SISTEMA INFORMATIVO

Le ricerche di mercato: classificazione, obiettivi e metodi.

L'EVOLUZIONE DEL MARKETING

Web marketing, guerriglia marketing, viral marketing: l'evoluzione della specie.

modulo 2

IL MERCATO DELLA COMUNICAZIONE

IL MERCATO DELLA COMUNICAZIONE. CHI FA COSA.

Agenzie di comunicazione, studi di design, web agencies, P.R, eventi... i confini delle competenze si fanno sfumati.

L'AGENZIA DI COMUNICAZIONE

Com'è e come sta cambiando. I nuovi bisogni del mercato, le nuove richieste dei clienti. Funzioni e ruoli.

LE FIGURE DELLA CREATIVITA'

Direttore creativo, copywriter, art director, graphic designer, web designer, web editor, organizzatore d'eventi... il concetto di creatività va allargandosi ed arricchendosi di competenze trasversali.

LE FIGURE DELLA GESTIONE

L'account: un po' stratega e un po' psicologo. Il new business account.

La figura professionale del responsabile mezzi.

modulo 3

PROGETTARE E FARE LA COMUNICAZIONE

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE CLASSICA

Dall'analisi del briefing al progetto di comunicazione.

IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE

Ricerca, strategia, ideazione.

FARE UNA CAMPAGNA

L'affissione. La stampa.

FARE UNO SPOT

FARE UN COMUNICATO RADIO

FARE ADV ONLINE

FARE PR DIGITALI

Digital pr. Citizen journalism.

FARE WEB 2.0

Costruire un ecosistema digitale. Social Network.

NUOVI FORMAT PER NUOVI MEDIA

Web tv, cellulare, ...

IL WEB CAMBIA LE REGOLE DEL GIOCO

Web marketing: tutta un'altra musica. Le regole per essere visibili. Usare l'informazione online. Usare i materiali iconografici online. L'ADV che costa poco. Un palcoscenico aperto a tutti: come utilizzarlo per se stessi?

LA PIANIFICAZIONE DEI MEZZI

Conoscere i mezzi e il loro utilizzo. Elaborare una strategia di pianificazione.

modulo 4

LE COMPETENZE CHE FANNO LA DIFFERENZA

LE NUOVE FIGURE PROFESSIONALI

Le competenze più richieste. Cosa è importante saper fare oggi per trovare velocemente un buon posto di lavoro.

WRITERS

Mentre, nell'ambito della comunicazione, le professioni dove è necessario sapere scrivere si moltiplicano, le persone all'altezza di questo tipo di richieste sono sempre meno.

PREPRODUCTION

Tutte le fasi che precedono la produzione video.

FARE VIDEO

Dalle parole ai fatti. Elementi di editing.

modulo 5

TROVARE IL PRIMO LAVORO

L'ARTE DEL CURRICULUM

L'arte di scrivere un curriculum avvincente.

COME TROVARE IL PRIMO LAVORO? SIATE STRATEGICI, SIATE CREATIVI.

Come individuare i posti di lavoro interessanti. Come farsi notare tra decine di altri. Per presentarsi non c'è solo il curriculum...

COME RICAIVARE IL MEGLIO DA UNO STAGE

Tutto quello che c'è da sapere per ottenere il massimo da questa opportunità.

modulo 6

LO STAGE

La possibilità di effettuare uno stage interessante e qualificante riveste un'importanza fondamentale nel percorso formativo proposto.

Lo stage è infatti momento di verifica, d'approfondimento, di concretizzazione dell'iter formativo.

La possibilità di lavorare in una struttura articolata e complessa abitua lo studente a reagire a input diversi, operando in situazioni operative sovrapposte e, a volte, frenetiche e incalzanti.

Lo stretto contatto con i colleghi (persone che già ricoprono ruoli simili a quello che lui andrà in futuro a ricoprire) e con le altre figure professionali della struttura gli permetteranno di cogliere le dinamiche comportamentali e relazionali che lo impegneranno nel corso della sua vita lavorativa. Le diverse problematiche operative gli consentiranno anche di capire a quali aree d'attività dedicarsi per sviluppare al meglio le proprie capacità e potenzialità.