**COMUNICAZIONE E NUOVI MEDIA**

Roma, 19 – 20 novembre 2010

Via Andrea del Castagno, 34

#### Obiettivi

Oggi l’informazione passa attraverso nuovi canali e nuove forme; fare oggi comunicazione significa confrontarsi con**nuove forme multimediali. Internet**e i**new media** non sono solo un ulteriore strumento sul quale veicolare la sovraffollata comunicazione delle aziende; rappresentano un “luogo”, fatto di **blog, community, eventi**dove è possibile comunicare in modo trasparente, paritario, imprevedibile e senza vincoli.
**Il seminario Comunicazione e Nuovi Media**si propone di esplorare, in modo concreto e compiuto, **i nuovi strumenti della comunicazione**, i loro utilizzi e la loro integrazione con la comunicazione d’Impresa tradizionale con l’obiettivo di aiutare i decisori aziendali a definire, sviluppare e gestire le**attività di comunicazione online in aggiunta o in alternativa ai media tradizionali**.

#### contenuti

|  |
| --- |
| Roma, 19 – 20 novembre 2010 |
| Ing. Roberto VENTURINIEsperto marketing, comunicazione, venditaDocente Università “La Sapienza” e “Luiss Business School” di Roma* Le tendenze e gli sviluppi futuri della comunicazione ipermediale: mobilità, ubiquità e pervasività dei nuovi media
* Introduzione ai nuovi media e alla nuova comunicazione

**web 2.0**, mobile, digitale terrestre, wirelessnuovi modelli di business e nuovi valori economici* Logiche specifiche dell’advertising e del promotion online
* **Interactive Direct Marketing** (e-mail, newsletter, mobile, podcasting) e sue caratteristiche distintive
* Politiche e strategie di brand on line: creazione e riposizionamento dinamico
* **Agenzie di Stampa** e loro evoluzione
* La complessa integrazione tra la comunicazione aziendale tradizionale e la comunicazione online
* La**comunicazione nel network**: sistemi di aggregazione, condivisione, segnalazione e diffusione di links, notizie e contenut
 |

|  |
| --- |
|  |
| * **Comunità virtuali e social media**
* Tipologie e differenze: **newsgroup, forum, mailing list, blog, wiki.**
* **Social network** generali e tematici, comunità di recensioni dei consumatori, comunità tridimensionali, media sociali emergenti, editoria partecipativa on line

Utilizzo dei nuovi media per la definizione della segmentazione dei mercati: caratteristiche socio demografiche, stili di vita e di comportamento, luoghi virtuali di interazione* Il ruolo delle aggregazioni di utenti, cittadini e consumatori nella partecipazione alla creazione del **brand**, disegno del prodotto e formazione del prezzo
* La partecipazione attiva degli utenti sul nuovo web: contenuti e media generati dagli utenti
* La progettazione delle relazioni in rete:**network di conoscenza, di formazione e di business**

**TESTIMONIANZA****D.ssa Monica DIAMANTI***Caposervizio dell’Agenzia ANSA, attualmente in forza alla redazione Multimedia, ha partecipato allo start up di ANSAWEB, la New media company dell’ANSA.* |

Ologramma invita i partecipanti iscritti al corso a segnalare, prima dell’erogazione,

temi o quesiti di particolare interesse da discutere e approfondire in aula assieme ai docenti.

**QUOTA: *€ 290***

Entro il **29/10/2010** applichiamo l’Advanced booking

**10%** di sconto

La quota comprende la docenza,
materiale didattico in formato elettronico e attestato di partecipazione

Orario: 1° giorno – 10:30 - 18:00
 2° giorno – 9:00 - 17:00

Pausa Pranzo: 13:00 – 14:00

