Oggetto: MASTER DI ALTA FORMAZIONE PROFESSIONALE IN "RESPONSABILE ED ADDETTO UFFICIO STAMPA" – PARTECIPAZIONE GRATUITA-

PROGRAMMA DI STUDIO:

- **MODULO 1: Responsabile Ufficio Stampa – Aspetti Generali**

Ruolo e compiti del Responsabile Ufficio stampa

Creare un Ufficio Stampa

La comunicazione professionale

Teoria e tecnica del linguaggio giornalistico

L'Ufficio Stampa istituzionale

L'Ufficio Stampa aziendale

Impostare una rassegna stampa

Il responsabile delle relazioni esterne

La comunicazione 2.0. LUfficio Stampa ed il web

- **MODULO 2: Il "Sistema" dei media**

Oltre il quotidiano

A ciascun medium il suo messaggio

Media, un "sistema" da conoscere e con il quale interagire

- **MODULO 3: Chi comunica ai media l'organizzazione**

Ruoli

Profili

Struttura

- **MODULO 4: La relazione tra organizzazione e agenzie/enti esterni**

La definizione degli obiettivi

Il Briefing

Impostazione del progetto

Valutazione dei risultati

- **MODULO 5: Che cosa, e perché, comunica ai media un'organizzazione**

Le "notizie" che interessano

La costruzione, l'impacchettamento e la "presentazione" della notizia

La "segmentazione" delle notizie

Il mantenimento della relazione

- **MODULO 6: Come e quando comunicare: stili, toni e strumenti organizzativi**

Differenza tra comunicazione e informazione

Attendibilità, autorevolezza, "passione"

Come preparare e condurre un intervento

"Dialogo tra sordi"

Pianificazione

Flussi dell'informazione

Monitoraggio dell'esecuzione

Verifica, valutazione del lavoro svolto e dei risultati di visibilità

- **MODULO 7: Oltre la propria organizzazione**

L'organizzazione è inserita in un sistema più ampio

La conoscenza del mercato/scenario di riferimento

Il Benchmarkin

Il "tesoro"

- **MODULO 8: Intro al Web Marketing, SEO, Google Adwords, Google+**

Le macrotendenze della rete italiana e le conseguenze pratiche in termini di visibilità on line

Search Engine Optimization o Inbound Marketing?

SEO: Ottimizzazione del sito web per i motori di ricerca, tag opengraph e microformati, link building e segnali di autorevolezza social, tool indispensabili

Link building: identificare i link partner ideali e quelli da evitare, tool e strategie utili

La Web Analytics e la misurazione del ritorno degli investimenti on line (ROI) con Google Analytics, impostazione degli obiettivi e tool utli per il monitoraggio dei risultati

- **MODULO 9: Digital Strategy – Fare Marketing e Comunicazione sul Web e sui Social**

Marketing conversazionale e Social media marketing

Intro Social Media (numeri e peculiarità del fenomeno)

Social Media: Persone Vs aziende – Web Reputation

I concetti chiave: interazione, awareness, reputation, engagement, call to action, etc.

Il Social Customer – Crisis management

Facebook Marketing

Twitter, LinkedIn tra Digital PR e Personal Branding _ Gli Influencers

Pinterest ed Instagram (cenni)

- **MODULO 10: Facebook Marketing & Adv – Twitter, Linkedin, Youtube – Tool**

Social Advertising Intro

Facebook Advertising Base ed Advanced – Conversion Tracking – Facebook Ads

Report

Investire su Facebook – Facebook Advertising: costruire una Campagna passo dopo passo

Inserzioni, post promossi e notizie sponsorizzate, offerte

Segmentazione del target

Analisi e monitoraggio – Facebook Insights: saper leggere le metriche per valutare la performance di una pagina

Twitter e Linkedin Ads (cenni)

Social media ROI (misurare il ritorno economico delle campagne di social media marketing)

Il master si rivolge:

- Dirigenti
- Professionisti
- Funzionari che operano sia nel settore pubblico che privato
- Responsabili di Relazioni Esterne
- Uffici Stampa - Comunicatori d'Impresa
- Comunicatori Pubblici ed Istituzionali
- Responsabili Marketing
- Giornalisti Pubblicisti
- Diplomati e/o Laureati

Per ulteriori informazioni e/o per le iscrizioni, è possibile contattare dal lunedì al sabato dalle ore 9:00 alle 13:00 e dalle16:00 alle 20:00 la segreteria studenti della Salerno formazione ai seguenti recapiti telefonici **089.2960483 e/o 338.3304185.**

SITO WEB: www.salernoformazione.com