

Master in Addetto stampa



Figura professionale formata

L'Addetto stampa è oggi una delle figure professionali più richieste dal mercato del lavoro.

In una società in cui la promozione dell'immagine è ormai indispensabile, enti pubblici e privati, grandi e piccole aziende si avvalgono di professionisti che sappiano operare in quello che è uno dei settori più delicati dell'impresa: la comunicazione.

Il master in Addetto stampa mira a fornire ai partecipanti le capacità professionali necessarie ad interagire con i mass media ed a sviluppare una coerente politica di informazione ed immagine, attraverso lezioni incentrate sulla corretta redazione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa, la struttura dei media ed il funzionamento degli strumenti della comunicazione.



Obiettivo

Inserire gli allievi nel processo produttivo di enti e/o aziende che hanno al loro interno un ufficio stampa.

Attraverso il confronto con esperti e professionisti della comunicazione, si potranno conoscere le reali dinamiche del settore di intervento con le necessarie competenze e conoscenze.



Programma Didattico

L'ADDETTO STAMPA: CONOSCENZE, COMPETENZE E RUOLO:

Il ruolo dell'addetto stampa

L'addetto stampa nel settore pubblico e nel privato

Le attività: creazione di comunicazione

L'addetto stampa e le pr

Organizzare una conferenza stampa

Creare ed essere "immagine"

Organizzare un evento

COS'È UN UFFICIO STAMPA

Le origini degli uffici stampa: modelli organizzativi

COME FUNZIONA UN UFFICIO STAMPA

Analisi delle funzioni e tecniche operative

I rapporti con i centri d'informazione e con i giornalisti

La conferenza stampa

L'intervista

Notizie ufficiose e informazioni confidenziali

Le mailing list

Rettifiche e smentite alla stampa

La documentazione: preparazione, verifica critica, integrazione

Press-tour

La rassegna stampa

LA PRODUZIONE DI UN TESTO

Il comunicato stampa

Come scrivere un comunicato

Come scrivere una relazione per una conferenza stampa

Come elaborare un progetto di comunicazione per l'azienda o l'ente

Risposte e rettifiche

Il comunicato ed i media – come i media gestiscono i comunicati

Esercitazioni pratiche: scrivere e progettare un evento

I MEZZI DI COMUNICAZIONE

I diversi mezzi di comunicazione

Media, informazione e comunicazione

Le relazioni tra i media e l'utente finale

Struttura, funzioni e compiti in una redazione

L'attività del giornalista

La notizia

Articolo, stand-up, intervista, redazionale, editoriale, inchiesta, approfondimento

COMUNICAZIONE, PUBBLICITÀ E MARKETING

Comunicazione istituzionale, pubblica e d'azienda

Finalità ed obiettivi della comunicazione: potenzialità e patologie del mezzo pubblicitario

La pubblicità: forme, tecniche e metodologie - le sponsorizzazioni

Il marketing: Il ciclo di vita di un prodotto

Brand, logo e marchio

Individuare il target e l'ambito di operatività di una strategia di marketing

La fidelizzazione

Lanciare un prodotto sul mercato





Scheda Sintetica

Master in Addetto Stampa

Sede di Svolgimento	Roma
Data	Dal 17 al 22 settembre 2012
Durata	48 ore di lezioni teorico-pratiche 200 ore di stage
Prove di Selezione	Test motivazionale e psico-attitudinale
Certificazioni Finali	Attestato di frequenza Attestato di stage
Materiale fornito	Libri e dispense
Agevolazioni	<ul style="list-style-type: none">- Alloggio incluso nella quota d'iscrizione- Finanziamento della quota di iscrizione- Divulgazione dei curricula dei nostri allievi presso tutte le aziende del settore