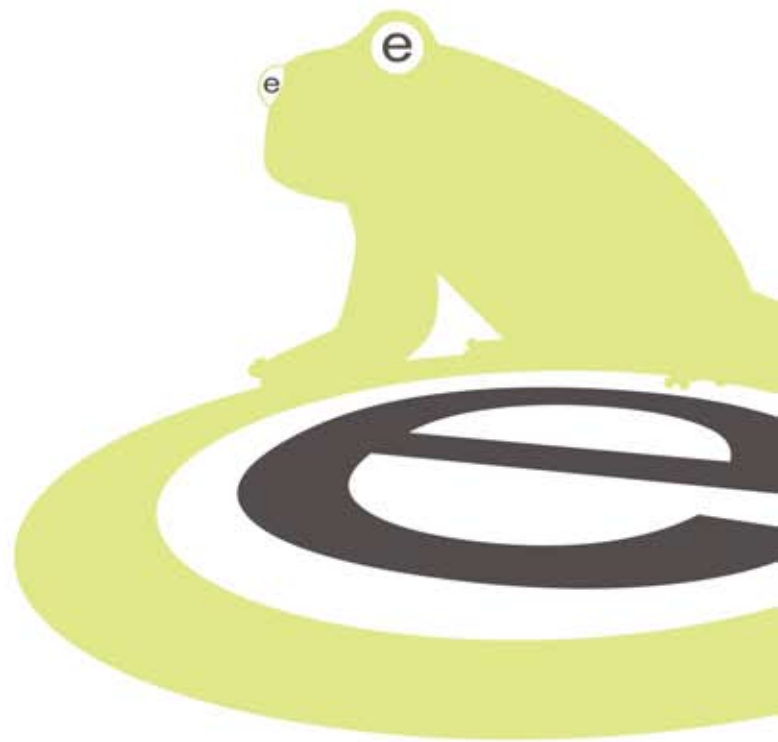


2011



Proposte Formative



## PROPOSTA FORMATIVA

### CORSO C&R: LA COMUNICAZIONE E LA RELAZIONE

Il corso ha come finalità incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione a qualsiasi livello e nelle diverse tipologie di relazioni. Esplorando i diversi ruoli della comunicazione si vuole sensibilizzare a comprenderne i meccanismi con l'obiettivo di imparare a comunicare in maniera migliore. Si mira così a maturare attenzione nei confronti dei processi di comunicazione con cui ogni giorno entriamo in contatto per saperci relazionare al meglio con i nostri interlocutori adattando contenuti e forma della nostra comunicazione al contesto, persona, situazione, contenuto ecc..

#### INDIRIZZATO A:

Chiunque senta l'esigenza e abbia lo stimolo a comprendere le dinamiche comunicative per raggiungere un livello più alto di consapevolezza in qualsiasi tipologia di relazione.

Tutti coloro che vogliono migliorare la propria efficacia comunicativa in contesti lavorativi e non.

#### TEMI:

– **“Non si può non comunicare”**

Breve analisi di cos'è la comunicazione e dei diversi tipi di comunicazione (scritta, verbale, non verbale, ecc.).

– **I ruoli e gli elementi della comunicazione**

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente.

– **La ricetta della comunicazione**

Parole, espressione sonora e fisiologia

– **L'ascolto come premessa alla comunicazione**

Ascoltare le parole, rilevare il tono e osservare la fisiologia

– **I 3 sistemi rappresentazionali**

Visivo, auditivo, cinestesico – come riconoscere il prevalente

– **Cenni di comunicazione non verbale**

Gestualità e mimica: come parliamo con il corpo – Il corpo e lo spazio

– **Gli stili comunicativi**

Passivo, Aggressivo, Assertivo: osservare per conoscere

– **La relazione nella comunicazione**

Mirroring e predicati verbali per creare rapport - Come comportarsi con i vari interlocutori

– **Il peso delle parole**

Cenni di PNL: l'atteggiamento mentale e il sistema di credenze



## PROPOSTA FORMATIVA

### **CORSO CA: LA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

Il corso ha come finalità di incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione e immagine aziendale, percorrendone gli strumenti principali, sia tradizionali che innovativi, a livello istituzionale e pubblicitario.

Il corso inoltre mira a fornire utili indicazioni per massimizzare l'efficacia del rapporto azienda-agenzia nello sviluppo dei progetti di comunicazione.

#### **INDIRIZZATO A:**

Titolari, Dirigenti, Responsabili e Addetti al marketing e di prodotto, Responsabili commerciali e tutti coloro che utilizzano o realizzano strumenti di comunicazione aziendale

**DURATA DEL CORSO:** 16h

#### **TEMI:**

– **La comunicazione aziendale.**

Cos'è, cosa comprende, perché è essenziale e come va affrontata.

– **Le basi**

Quali sono gli elementi che compongono una comunicazione aziendale efficace e come sfruttarli al meglio.

– **Azienda e agenzia**

Quali sono i ruoli rispettivi e come dialogare. L'importanza del brief e cosa lo rende migliore. Strategie e pianificazione.

– **Comunicazione istituzionale**

Cos'è l'immagine coordinata e la sua importanza. Gli strumenti della comunicazione istituzionale: mezzi (brochure, leaflet, siti, ecc.) e come si costruisce e sviluppa un progetto di varie tipologie.

– **Comunicazione pubblicitaria**

L'importanza di adeguare gli strumenti all'azienda, ai prodotti, al target, agli obiettivi e al budget. I media tradizionali (cartacei, ecc.) e innovativi. Panoramica generale delle possibilità offerte dal mercato.

– **Le parole della pubblicità**

Breve glossario sui principali termini (soprattutto inglesi) della pubblicità.



## PROPOSTA FORMATIVA

### **CORSO CQA: LA COMUNICAZIONE DA VISSUTO QUOTIDIANO A STRUMENTO DI LAVORO**

Il corso ha come finalità incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione a partire da quella interpersonale fino ad arrivare a quello aziendale. Esplorando i diversi ruoli della comunicazione si vuole sensibilizzare alla comunicazione pubblicitaria e più in generale a quella istituzionale per l'azienda. Si mira così a maturare attenzione nei confronti dei processi di comunicazione con cui ogni giorno entriamo in contatto per valutarli criticamente e gestirli meglio.

#### **INDIRIZZATO A:**

Personale aziendale di qualsiasi livello per migliorare le relazioni interpersonali a livello lavorativo e approcciare la comunicazione aziendale in modo consapevole

#### **TEMI:**

– **“Non si può non comunicare”**

Breve analisi di cos'è la comunicazione e dei diversi tipi di comunicazione (scritta, verbale, non verbale, ecc.).

– **I ruoli e gli elementi della comunicazione**

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente.

– **L'ascolto come premessa alla comunicazione**

Saper ascoltare le parole e le altre forme di comunicazione per relazionarsi al meglio.

– **Applicazioni della comunicazione: interpersonale, pubblica, aziendale, ecc.**

Le diverse “forme” e usi della comunicazione.

– **La comunicazione aziendale**

Cos'è, cosa comprende, perché è essenziale e come va affrontata.

– **I ruoli e gli elementi della comunicazione aziendale**

I vari interlocutori, i media, i linguaggi, ecc. Comunicazione istituzionale e pubblicitaria.

– **Comunicazione istituzionale**

Cos'è l'immagine coordinata e la sua importanza. Gli strumenti della comunicazione istituzionale: mezzi (brochure, leaflet, siti, ecc.).

– **Comunicazione pubblicitaria**

I media tradizionali (cartacei, ecc.) e innovativi. L'importanza di adeguare gli strumenti e la comunicazione all'azienda, ai prodotti, al target, agli obiettivi e al budget.

– **L'ascolto per l'azienda**

Dalla comunicazione di massa al dialogo one-to-one: l'azienda impara ad ascoltare il cliente. Canali moderni di comunicazione e interazione.



## PROPOSTA FORMATIVA

### CORSO SMM: SOCIAL MEDIA MARKETING

Il Social Media Marketing è un tema ancora poco familiare per molte aziende e Social Network e Business Community sono spesso vituperate come causa di un diffuso calo della produttività del personale.

L'attuale diffusione di queste moderne "piazze" non può essere né trascurata né fermata. E' bene invece imparare a sfruttare questi canali come alleati dei progetti di marketing e delle strategie aziendali.

Il corso illustrerà i principali effetti e implicazioni della diffusione di questi canali sulla comunicazione aziendale, fornendo riferimenti generali sull'uso consapevole di essi per la promozione di marchio e prodotti e indicazioni per una corretta valutazione e gestione di campagne pubblicitarie.

#### INDIRIZZATO A:

Dirigenti, manager, liberi professionisti, responsabili marketing e comunicazione che si vogliono avvicinare al mondo dei social media con un approccio volto a fare marketing attraverso questi nuovi canali di comunicazione.

Chiunque crede in un'evoluzione nel rapporto azienda-cliente che richiede un ripensamento sulle logiche e strategie di promozione aziendale.

#### TEMI:

– **Breve "storia" del web marketing fino ad oggi**

Le tappe principali di un nuovo modo di fare marketing.

– **I Social Media: nascita e sviluppo**

Le nuove "piazze" virtuali e l'avvento del web2.0

– **Impatti aziendali dei social network**

Dinamiche interne ed esterne di comunicazione e relazione associate ai social network: come affrontarle

– **Social network, business community, blog, forum, messaggistica, ecc.**

Tutte le facce dei social media: un confronto per scegliere il più idoneo

– **Come pianificare una campagna sui social media**

Fasi, metodi e strumenti per massimizzare l'efficacia

– **Casi studio**

Esercitazioni ed esempi applicativi da chi già fa social media marketing



## PROPOSTA FORMATIVA

### **CORSO PIP: PARLARE IN PUBBLICO**

Il corso si pone l'obiettivo di sviluppare competenze per rendere più efficace la comunicazione in tutte le occasioni in cui dobbiamo parlare in pubblico.

Superare l'ansia, conoscere la nostra platea e imparare a mantenerne viva l'attenzione conoscendo i meccanismi fondamentali della comunicazione sono i temi base affrontati nel corso.

Dalle platee alle riunioni, ai piccoli gruppi di interlocutori: la capacità di comunicare aumenta il successo di qualsiasi iniziativa.

#### **INDIRIZZATO A:**

Manager, imprenditori, venditori, docenti e chiunque si trovi a dover affrontare una platea o un gruppo di persone per esporre contenuti, convincere o presentarsi.

#### **TEMI:**

– **La comunicazione: tipi e percentuali**

Parole, espressione sonora e fisiologia

– **I 3 sistemi rappresentazionali**

Visivo, auditivo, cinestesico – come riconoscere il prevalente

– **Cenni di comunicazione non verbale**

Gestualità e mimica: come parliamo con il corpo – Il corpo e lo spazio

– **La relazione nella comunicazione**

Mirroring e predicati verbali per creare rapport

– **Davanti al pubblico**

Autoimmagine, focalizzazione e ancore

– **Il pre-incontro**

Le mappe mentali

– **Il modello dell'elicottero**

3 fasi per dare il ritmo



## PROPOSTA FORMATIVA

### CORSO MKTG: PILLOLE DI MARKETING

Il corso si pone l'obiettivo di fornire i fondamenti di marketing su cui fondare qualsiasi attività aziendale in quest'area. Teoria e metodi per impostare una strategia e definire le tattiche con cui affrontare il marketing nel proprio contesto produttivo/di servizi.

Gli argomenti vengono trattati con l'ausilio di casi studio che contestualizzano i temi in un ambito applicativo di immediata utilizzabilità per il partecipante

#### INDIRIZZATO A:

Titolari, Dirigenti, Imprenditori, Responsabili e Addetti al marketing, Responsabili commerciali e tutti coloro che vogliono approfondire gli aspetti teorici e applicativi di quest'area aziendale.

#### TEMI:

– **Il marketing**

Definizione di marketing e importanza nel contesto aziendale

– **Il target**

Definiamo il nostro "pubblico" e conosciamone il comportamento – B2B vs. B2C

– **Le 4 P del marketing**

Prodotto, prezzo, distribuzione e promozione

– **Il prodotto**

Cos'è, linee e mix, cicli di vita, branding e packaging

– **Il prezzo**

Ruolo, concorrenza, domanda-offerta, strategie

– **La distribuzione**

Canali di vendita e vincoli di prodotto

– **La promozione**

Comunicare il prodotto: obiettivi e strumenti

– **Il piano di marketing**

Da cosa è composto e come lo si redige



## PROPOSTA FORMATIVA

### **CORSO SO: GLI STRUMENTI OPERATIVI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

Il corso si propone di fornire le basi per l'utilizzo dei principali strumenti di lavoro quotidiano in azienda in modo efficiente e soprattutto coordinato all'immagine aziendale.

Dopo una breve introduzione alla comunicazione aziendale e alla corporate identity, si considerano i principali software da conoscere per la produzione di documenti coerenti e coordinati all'immagine aziendale definita.

#### **INDIRIZZATO A:**

Tutti coloro che producono documenti, email, ecc. per l'azienda

**DURATA DEL CORSO:** 10h

#### **TEMI:**

– **La comunicazione aziendale e l'immagine coordinata**

Cenni di comunicazione e analisi della corporate identity: cos'è e la sua importanza.

– **I documenti della comunicazione aziendale**

Carta intestata, buste, fax, email, relazioni/report/progetti, preventivi, ecc.: quello che ogni giorno scriviamo per l'azienda.

– **Word**

Come impostare e utilizzare un template. Funzioni di formattazione.

– **Excel**

Tabelle per calcoli e grafici per presentazione dei dati. Inserimento di una tabella o grafico in Word.

– **Posta elettronica**

Gestione account multipli. Inserimento e gestione di firme elettroniche.

– **Power point**

Come impostare una presentazione. Funzioni di formattazione e animazione.