

Profilo professionale: “Tecnico della comunicazione-informazione”

“Tecnico della comunicazione esperto in elaborazioni grafiche, creazioni di siti web con CSM e Social Media Marketing”

Area Professionale

Area Comune

Figura professionale di riferimento

Tecnico della comunicazione-informazione

Totale ore

500 (404 + 81 ore STAGE+ 15 ore di Esame)

Frequenza

Orientativamente: 15 ore settimanali in 3 sessioni da 5 ore

Iscrizioni

Aperte fino al 10 gennaio 2018

Titolo rilasciato

Attestato di Qualificazione Professionale con Certificazione delle Competenze acquisite
(Certificato di Qualificazione Professionale)

Requisiti minimi

giovani tra i 18 e i 29 anni, residenti o domiciliati nel Lazio da almeno 6 mesi, che non studiano né lavorano,
ISCRITTI al Programma della Regione Lazio: RIESCO

Costo

GRATUITO

Corso Finanziato dalla Regione Lazio nell’ambito del POR FSE 2014-2020

Obiettivo

L’obiettivo del corso è quello di formare un **“Tecnico della Comunicazione-informazione” in grado di progettare, sviluppare, gestire e coordinare azioni comunicative in funzione dei fabbisogni rilevati ed esperto tanto nella ideazione dei contenuti e nella gestione delle attività di Social Media Marketing ed Advertising, quanto nella creazione, sviluppo progettuale e contenutistico, pubblicazione in rete e gestione di siti web**, essendo egli possesso delle competenze tecnico-operative per gestire interamente il mondo del web.

Egli è in grado di predisporre testi scritti, ideare e creare elaborazioni grafiche, adottare stili e concetti comunicativi efficaci e adeguati al contesto e di progettare, sviluppare, gestire e coordinare azioni comunicative in funzione dei fabbisogni rilevati.

E’ specializzato nell’operare nel campo della comunicazione digitale con l’ausilio tanto delle attrezzature informatiche– multimediali che dei sistemi classici di comunicazione. Esso, in base alle richieste del cliente, interviene nella progettazione, pianificazione e realizzazione di attività di comunicazione e marketing, particolarmente attraverso l’utilizzo dei media digitali e degli ambienti del web 2.0, ed è, inoltre, in possesso delle conoscenze sulle tecniche necessarie per definire, gestire e verificare la presenza in internet delle imprese, al fine di realizzare una strategia vincente di comunicazione on-line.

Egli, infatti, conosce i principi del Marketing, i Media e le regole della comunicazione d’impresa, le tecniche di comunicazione e relazione con il cliente, il Web e le reti di comunicazione virtuali, i programmi di grafica e web design e gli strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo dei vari veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc...), associati a i principi di comunicazione visiva psico-linguistica ed alle tecniche del pensiero creativo.

Il corso si chiude con uno Stage in azienda, che consentirà di completare la formazione con il confronto diretto con la realtà lavorativa in cui l’allievo/a dovrà operare, permettendo, così, di trasferire e adattare le conoscenze teoriche e tecnico-pratiche acquisite in un reale contesto di lavoro.

Contenuti

N.	Modulo/Unità di Apprendimento	Ore
1	Il Marketing e la Comunicazione: principi di base	8
2	Fabbisogni comunicativi: sviluppare una progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale sui Social Network	40
3	Progettare il Piano di Comunicazione aziendale	24
4	Progettare un piano di comunicazione per la gestione di campagne promozionali sul web	40
5	Lo sviluppo e la realizzazione del piano di comunicazione web	67
6	La comunicazione multimediale	18
7	Illustrazione e grafica vettoriale: Adobe Illustrator	28
8	Fotoritocco ed elaborazione delle immagini: Adobe Photoshop	40
9	Realizzazione di pagine e siti web	43
10	La trasmissione verbale di contenuti informativi: Public speaking e comunicazione efficace	16
11	Preparazione dei contenuti da comunicare: Lo Strumento dello Storytelling	24
12	Tecniche del pensiero creativo	16
13	Tecniche di scrittura per il web ed i blog	24
14	Inglese tecnico di settore	8
15	Lavorare in azienda: la sicurezza dei lavoratori e la buona gestione delle attività lavorative	8
16	Stage	81

Risultati attesi

Al termine del percorso formativo i discenti, previo superamento di una verifica finale, saranno formati per svolgere il ruolo di **Tecnico della comunicazione-informazione esperto in elaborazioni grafiche, creazioni di siti web con CSM e Social Media Marketing**, in grado di:

- Individuare i fabbisogni comunicativi
- Definire e redigere un piano di comunicazione nelle sue componenti essenziali
- Strutturare e definire un programma di realizzazione del piano di comunicazione
- Redigere correttamente documenti nei contenuti e nella forma audio-visiva

Egli saprà:

- Definire le strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing sul social network.
- Definire un messaggio globale e lo stile di immagine dell'azienda del prodotto da promuovere.
- Organizzare le iniziative promozionali, coordinando le attività di predisposizione e diffusione dei materiali informativi e curando i rapporti con i mezzi di informazione;
- Elaborare un piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna), in funzione delle indicazioni strategiche ottenute dall'impresa;
- Coordinare le attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere formativo e tradizionali, quali visual production ed altri.
- Conoscere e saper utilizzare il mondo del Social Media Management, del Digital Branding, della Transmedialità per strutturare una presenza efficace dell'azienda, per promuovere prodotti e per costruire una identità in rete che sia efficace e contemporanea;
- Gestire i principali aspetti della creazione ed elaborazione di un prodotto grafico pubblicitario;
- Acquisire le tecniche fondamentali per l'uso di Adobe Photoshop per acquisire immagini e fotografie ed eseguire il fotoritocco per la creazione di fotomontaggi di livello professionale;
- Acquisire la capacità di raccontare, verso l'esterno o all'interno dell'organizzazione, una storia che caratterizza l'azienda, il team, un prodotto, attraverso lo strumento comunicativo dell'"Impresa narrativa", per arrivare ai propri interlocutori non solo attraverso il marketing e la pubblicità, ma anche tramite il management.

Particolarmente, esso sarà in grado di inserirsi, all'interno del mondo del lavoro, nel settore del Marketing e della Comunicazione Digitale.