

Tecnico della comunicazione

esperto in grafica, Social Media Marketing e Transmedialità



“Attestato di Qualificazione Professionale”

Conforme agli standard (art. 6 del D.lgs 16-01-2013, n. 13) e valido su tutto il territorio nazionale

OBIETTIVI

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, creazione, pubblicazione in rete e gestione di siti web con CMS, 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.

Il corso si chiude con uno Stage in azienda, che consentirà di completare la formazione con il confronto diretto con la realtà lavorativa.

INFORMAZIONI

AREA PROFESSIONALE:
Marketing e pubblicità

FIGURA PROFESSIONALE:
Tecnico della comunicazione-
informazione
(livello EQF della qualificazione in uscita :5)

TOTALE ORE:
500 di cui 81 di stage

REQUISITI:
Diploma di scuola media superiore e
Compimento del 18° anno

COSTO:
€ 4300,00
In Promozione a € 1590,00 IVA esente



METODOLOGIE

Il corso è strutturato attraverso lezioni in aula che prevedono esercitazioni pratiche, basate su simulazioni di situazioni reali che possono verificarsi in azienda oppure in uno Studio di consulenza pubblicitaria o di Marketing e Comunicazione digitale.

Il percorso, è tenuto da docenti altamente qualificati. I formatori sono, infatti, esperti professionisti del settore con molti anni di esperienza nel settore e nell'attività di docenza.

ARGOMENTI E MODULI DIDATTICI

- Il Marketing e la Comunicazione (48 ore)
- Il Piano di Comunicazione aziendale (24 ore)
- Progettare un piano di comunicazione per la gestione di campagne promozionali (40 ore)
- Lo sviluppo e la realizzazione del piano di comunicazione web (67 ore)
 - La Composizione dei contenuti comunicativi (278 ore)
 - Illustrazione e grafica vettoriale con: Adobe Illustrator, Fotoritocco ed elaborazione delle immagini con: Adobe Photoshop
 - Realizzazione di pagine e siti web
 - La comunicazione efficace ed il Public speaking,
 - Lo Storytelling
 - Tecniche del pensiero creativo e di scrittura per il web ed i blog
- **Stage di 81 ore**



VALUTAZIONE

Sono ammessi all' esame finale soltanto coloro che hanno frequentato almeno il 70% delle ore di lezioni previste dal corso.

Sono previste prove di verifica degli apprendimenti.

La verifica finale, con commissione regionale, è diretta ad accertare l'apprendimento delle conoscenze e l'acquisizione delle competenze tecnico-professionali previste dal corso e sarà organizzata e gestita secondo principi di trasparenza e tracciabilità delle procedure.



RISULTATI ATTESI

Al termine del percorso formativo i discenti saranno formati per svolgere il ruolo di Tecnico della comunicazione-informazione esperto in grafica, Social Media Marketing e Transmedialità, in grado di gestire tutte le attività relative alla ideazione e strutturazione e realizzazione di un piano di comunicazione web quali. :

- 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
- Realizzare tutto il materiale multimediale e redigere correttamente documenti nei contenuti e nella forma audio-visiva

Essi sapranno:

- Definire le strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing sul social network;
- 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 Illustrator ed 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, per arrivare ai propri interlocutori non solo attraverso il marketing e la pubblicità, ma anche utilizzando tutti i canali, anche multimediali, disponibili.

