

DOCENTI / ESPERTI

Il Corso si avvale di docenti appartenenti alla Seconda Università degli Studi di Napoli, al Formed, ad Ordini Professionali, ad Agenzie di Marketing e Pubblicitarie, nonché ad esperti di consolidata fama provenienti dal mondo delle Professioni e delle Pubbliche Amministrazioni.

Pasquale Di Benedetto

Direttore del Corso, Giornalista - Capo Ufficio Stampa Ente Pubblico - Esperto Informazione Istituzionale;

Rosanna Cioffi

Preside Facoltà di Lettere e Filosofia - Seconda Università degli Studi di Napoli

Paolo De Marco

Professore Associato di Storia Contemporanea presso la Facoltà di Lettere e Filosofia - Seconda Università degli Studi di Napoli

Lina Maisto

Esperta in Comunicazione Integrata e Marketing Strategico FORMED

Mimmo Pennone

Giornalista - Esperto in Strategie Informatiche - Responsabile Sito Web Provincia Napoli

Marco Persico

Esperto Grafica Pubblicitaria, Editoriale e Web Design FORMED

Steven Spedding

Ricercatore presso la Facoltà di Lettere e Filosofia - Seconda Università degli Studi di Napoli

Raffaele Spiezia

Ricercatore presso la Facoltà di Lettere e Filosofia Seconda Università degli Studi di Napoli

Annie Vallarelli

Giornalista Televisiva - FORMED

Vittoria Ponzetta

Coordinatore del Corso - FORMED



Ente di Formazione
Didattica e Cultura



Ente di Formazione
Didattica e Cultura



Facoltà di Lettere e Filosofia



Facoltà di Lettere e Filosofia

SEDI DEL CORSO

FORMED - Corso Trieste, 291 - Caserta

S.U.N. - Facoltà di Lettere e Filosofia

P.zza San Francesco - Santa Maria C.V. (CE)

COSTI

Il costo del Corso è di Euro 1.800,00
(esente IVA)

Al termine delle lezioni e della prova finale,
verrà rilasciata la

"CERTIFICAZIONE DEL CORSO"

**SARANNO RICONOSCIUTI C.F.U e C.F SPENDIBILI
NEL MONDO DEL LAVORO**

PER INFORMAZIONI ED ISCRIZIONI

FORMED - Sede didattica / Segreteria:

Corso Trieste, 291 - 81100 Caserta

Tel. 0823/279263 - Fax 0823/220975 - Cell.393/9743680

formed.in@katamail.com www.formedcampania.it

SCUOLA DI INFORMAZIONE e Comunicazione Istituzionali

Primo Corso di Alta Formazione in Informazione e Comunicazione Istituzionali, Marketing e Grafica Pubblicitaria-Editoriale per Enti Pubblici e Privati

Il Formed, Ente di Formazione, Didattica e Cultura, in Convenzione con la Facoltà di Lettere e Filosofia della Seconda Università degli Studi di Napoli, ha istituito il Primo Corso di Alta Specializzazione per le attività di Informazione e Comunicazione Istituzionali, Marketing e Grafica Pubblicitaria-Editoriale per gli Enti Pubblici e/o privati. Nell'ambito del riconoscimento delle figure professionali dedicate alla Comunicazione ed all'Informazione, il Corso evidenzierà il processo di aziendalizzazione degli Enti Pubblici che individua, peraltro, i professionisti della Comunicazione quali responsabili dei procedimenti amministrativi ai sensi della normativa vigente.

OBIETTIVI E DESTINATARI

Il Corso ha la finalità di Formazione e Perfezionamento professionale per coloro che intendono acquisire conoscenze specifiche nell'Informazione e nella Comunicazione Istituzionale, Marketing e Grafica Pubblicitaria-Editoriale per Enti Pubblici e Privati.

Il Corso è rivolto a Laureati (Laurea Triennale) ed a Laureandi e Laureati (Laurea Magistrale) in: Lettere e Filosofia, Scienze dei Beni Culturali, Scienze del Turismo per i Beni Culturali, Sociologia, Scienze della Formazione, Scienze della Comunicazione, Psicologia, Scienze dell'Educazione (ex Pedagogia vecchio Ordinamento) e Lauree Equipollenti.

ARTICOLAZIONE DIDATTICA

Sono previste 178 ore di didattica, divise in 8 moduli, con visite guidate presso Uffici Stampa, Agenzie di Marketing, Redazioni Quotidiani e Televisive.

La Prova Finale consisterà in un elaborato scritto e sua discussione atto a testimoniare l'acquisizione di conoscenze ed esperienze congrue alle finalità del corso stesso.

Il Corso di Alta Formazione si terrà, presumibilmente, tutti i martedì e giovedì (oppure venerdì), dalle ore 14,30 alle ore 18,30, a partire dalla seconda metà di Marzo 2011.

PROGRAMMA

Disciplina delle attività di Informazione e Comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni

Resp.: Dott. P. Di Benedetto

- Nozioni di Giornalismo carta stampata, televisivo, on line;
- Funzioni e strutture della Comunicazione nelle P.A. La normativa;
- Analisi dei contesti operativi di un Ufficio Stampa (editoria, politica, territorio, etc.);
- I riceventi e gli stakeholders;
- Gli strumenti dell'Ufficio Stampa;
- Tecniche di redazione di un comunicato, articoli specialistici di settore;
- Progettazione ed organizzazione di conferenza stampa;
- I rapporti con le agenzie;
- L'Ufficio Stampa e i Quotidiani;
- L'Ufficio Stampa e le Emittenti televisive e Radiofoniche;
- Il Giornale aziendale;
- L'Informazione istituzionale come immagine dell'azienda;
- Le relazioni esterne;
- La costruzione e la gestione di un sito web;
- Rassegna stampa - verifiche, rettifiche;
- Il Piano di Comunicazione - budgetizzazione, calendarizzazione per fasi, verifica;
- L'Addetto Stampa - Responsabile di Procedimento;
- Garanzie, tutele sindacali e prospettive contrattuali dell'Addetto Stampa. (Visita presso Uffici Stampa P.A.)

Processi di trasformazione dei temi di rilevante interesse pubblico e sociale attraverso la Comunicazione

Resp.: Prof.ssa R. Cioffi

- Promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- L'uso della comunicazione scritta; linguaggio (decodificazione);
- Tendenze evolutive dell'informazione e della comunicazione istituzionali;
- Tecniche e strumenti dell'informazione e della comunicazione, utilizzo delle nuove tecnologie;
- Tecniche di elaborazione dei messaggi e prodotti di comunicazione.

Il Giornalismo Telesivo: la notizia, l'elaborazione, la trasmissione, le immagini

Resp.: Dott.ssa A. Vallarelli

- Le fonti;
- Decodificazione e sintesi della notizia;
- Costruzione della notizia - linguaggio e tecniche di montaggio dei servizi;
- Trasmissione. (Visita presso Studi Televisivi)

Strategie di Marketing sociale e territoriale

Resp.: Dott.ssa L. Maisto

- Tecniche di valutazione dei progetti e prodotti comunicativi;
- Predisposizione dei piani annuali di comunicazione e delle campagne di informazione;
- Strategia di Marketing sociale e territoriale;
- Il Marketing nel sistema pubblico. (Visita presso Agenzia di Marketing)

Tecniche di Grafica Pubblicitaria ed Editoriale

Resp.: Dott. M. Persico

- Nozioni di Grafica Pubblicitaria ed Editoriale;
- Ideazione di progetti grafici;
- Realizzazione in aula (simulazione) di progetti grafici pubblicitari ed editoriali. (Visita presso Redazione Giornalistica)

Tecniche di Informatizzazione e Gestione Reti P.A.

Resp.: Dott. M. Pennone

- Cenni sull'informatizzazione nella P.A.;
- Gestione delle reti e sistemi Erp;
- Normativa che regola l'informatizzazione della P.A. (PET, accessibilità, gestione e creazioni siti ecc.).

L'utilizzo di terminologie delle lingue nella Comunicazione

Resp.: Dott. S. Spedding - Dott. R. Spiezia - S.U.N.

- La lingua inglese nei cosiddetti "giornalismi";
- Glossario;
- La lingua francese nei cosiddetti "giornalismi";
- Glossario;

La mission della Comunicazione Istituzionale

Resp.: Dott. P. Di Benedetto

- La Comunicazione interna e la Comunicazione organizzativa;
- Logiche organizzative e Strategie comunicative;
- La Comunicazione manageriale;
- La Leadership per l'eccellenza.