



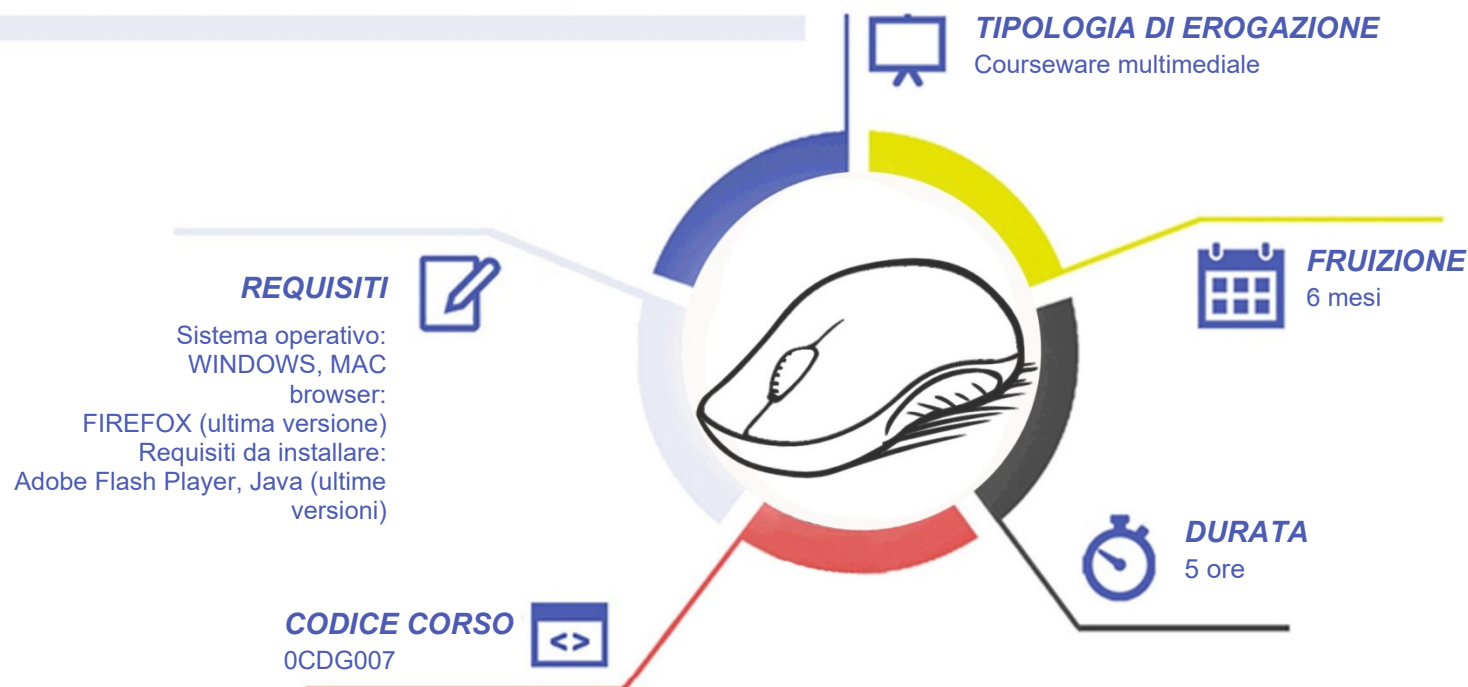
Le basi del Branding e della comunicazione

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a tutte quelle aziende che vogliono migliorare la propria strategia di Branding lavorando sulla percezione che i clienti hanno dei loro prodotti e servizi.

OBIETTIVI

Questo è un corso completo sulla comunicazione in era digitale che parte dall'insegnare cosa sia un Brand, per capire anche in termini pratici il valore tangibile diretto ed indiretto che ha per la nostra azienda, e che termina con quelle che sono definite essere le tecniche di comunicazione non verbale. Per arrivare ad una buona gestione della propria immagine bisogna saper gestire al meglio il proprio Brand attraverso una corretta comunicazione che passa anche attraverso la gestione sapiente degli stati di crisi, dal digitale al pubblico. La gestione del Brand e del suo piano di comunicazione sono arti che è sempre opportuno imparare a gestire sia nel digitale che in prima persona: questo corso illustrerà come farlo.





COMPETENZE DIGITALI

CONTENUTI

Il valore di un Brand

- Cos'è un Brand
- Il brand nell'era digitale
- I brand carismatici
- Differenziazione
- Collaborazione
- Innovazione
- Verifica
- Creazione dell'esperienza
- Comunicare il brand

Comunicazione e media digitali

- La comunicazione in era digitale
- La notizia
- I media
- La TV
- La "carta stampata"
- Le società verticali

- I giornalisti
- I modelli di comunicazione
- Le regole della comunicazione
- Lezione 2.10 Il comunicato stampa: consigli e raccomandazioni
- L'Intervista come strumento di marketing
- La conferenza stampa

Crisis Management

- La comunicazione in uno stato di Crisi
- Emergenza o crisi?
- Pre-Crisi
- Il team di risposta alla crisi
- Il ruolo del Portavoce
- Procedure e linee guida
- La gestione di uno stato di Crisi
- Raccomandazioni per una risposta efficace
- La gestione di uno stato di Post crisi

Comunicazione in pubblico

- Il potere della parola
- L'arte oratoria e la retorica
- Costruire un discorso
- La comunicazione non verbale
- I punti chiave nel parlare in pubblico
- I punti chiave nel parlare in pubblico
- Raccomandazioni per un discorso di successo

Comunicazione non verbale

- I canali di comunicazione non verbale
- L'influenza del non verbale sulla comunicazione
- Il linguaggio del corpo (cinestetica)
- Il linguaggio del corpo (cinestetica)
- L'uso dello spazio (prossemica)
- il contatto fisico (aptica)
- La paralinguistica
- L'interazione tra verbale e non verbale
- Raccomandazioni per il corretto uso del non verbale

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali - Accessibilità ovunque e in ogni momento
- Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso



ESERCITAZIONI

All'interno del corso vi saranno momenti di verifica aventi come oggetto domande attinenti all'argomento appena trattato. In caso di risposta errata, l'utente non potrà proseguire o concludere la formazione se non affrontando nuovamente il momento di verifica.

SUPERAMENTO

Una volta seguite tutte le lezioni proposte nella loro interezza di tempo è possibile ottenere l'attestato di superamento del corso.
Gli attestati conseguibili sono nominali per singolo corso ed è possibile ottenerli solo al corretto completamento del momento formativo finale.

CERTIFICAZIONI

Gli attestati rilasciati permettono di acquisire competenze secondo quanto indicato dal Framework DigComp 2.1 e, quindi, sono in grado di attestare in maniera oggettiva le competenze digitali necessarie per operare correttamente a livello professionalizzante nel lavoro in Europa.

I VANTAGGI DELL'E-LEARNING

- Risparmio in termini di tempi/costi - Piattaforma AICC/SCORM 1.2 conforme agli standard internazionali
- Accessibilità ovunque e in ogni momento - Possibilità di rivedere le lezioni anche dopo aver terminato il corso