

PUBLIC RELATIONS & EVENT COMMUNICATIONS



CONTINUING STUDY | Corso Breve

PUBLIC RELATIONS & EVENT COMMUNICATIONS

CONTINUING STUDY | Corso Breve

Obiettivi formativi

Le Relazioni Pubbliche sono una delle leve strategiche di marketing che le organizzazioni usano per costruirsi una buona reputazione, posizionarsi favorevolmente tra i propri pubblici e vendere meglio i loro prodotti.

Il corso si propone di analizzare l'attività di RP e gli strumenti usati dai professionisti del settore attraverso lo studio dei rapporti che l'azienda intrattiene con i suoi interlocutori interni ed esterni, il rapporto tra le RP ed i media, gli strumenti di comunicazione usati per valorizzare il brand, l'immagine istituzionale, e per creare consenso presso i target di riferimento.

Il percorso di studio si articola in due moduli: nel primo modulo verranno esposti i principi generali delle relazioni pubbliche, la storia della loro nascita come professione, i servizi di base e la loro applicazione, i principi della comunicazione, la comunicazione interpersonale, la comunicazione sui nuovi media, le varie tecniche utilizzate, gli obiettivi assegnabili alle RP. Si avrà dunque un quadro completo delle modalità operative dei professionisti del settore.

Nel secondo modulo si esporranno i criteri fondamentali per l'organizzazione di un evento, inteso come uno degli ambiti principali in cui le RP trovano piena applicazione. L'evento artistico/culturale è divenuto strumento di primaria importanza per le organizzazioni che ne hanno fatto un fondamentale e strategico mezzo di comunicazione. Attraverso un evento infatti è possibile raggiungere diversi target, in maniera diretta, creando una relazione più duratura e una fidelizzazione più profonda nei confronti della marca.

Il mix di canali di comunicazione che gli eventi permettono di mettere in atto, è uno dei fattori strategici che le aziende usano per consolidare la loro immagine. Saranno quindi analizzati i vari tipi di evento per capire come individuare la tipologia più giusta in linea con i piani di marketing, i budget, e le più generali strategie di comunicazione di un'azienda. Inoltre come trasformare un'idea in un progetto, come pianificare le varie attività che l'organizzazione di un evento comporta, come presentare in maniera efficace il progetto alla committenza, la gestione delle risorse umane coinvolte, i permessi e i piani di lavoro per la realizzazione finale dell'evento, la valutazione dei risultati e il gradimento ottenuto.

A chi si rivolge

Il corso si rivolge a giovani diplomati, fortemente motivati, che vogliono intraprendere un cammino professionale nei settori delle Relazioni Pubbliche, dell'organizzazione di eventi, della gestione di uffici stampa e della comunicazione in generale.

Inoltre a tutti coloro che già lavorano in contesti che hanno a che fare con la comunicazione e ricercano un approfondimento delle proprie conoscenze.

PROGRAMMA

1^ MODULO: PUBLIC RELATIONS

- Definizione di RP (cosa sono, a che servono, a chi si rivolgono)
- Storia delle RP, formazione della figura professionale, associazioni di categoria
- Abilità e competenze del professionista di relazioni pubbliche
- Servizi di base e servizi specializzati
- Analisi dei modelli di comunicazione (dal modello unidirezionale al modello bidirezionale)
- Principi di base della comunicazione
- Comunicazione verbale, paraverbale, non verbale, scritta
- Strumenti operativi della comunicazione
- Principi di comunicazione pubblica
- Gestione della comunicazione interpersonale
- Negoziazione e soluzione dei conflitti
- L'ascolto organizzato, strumenti qualitativi e quantitativi
- Media tradizionali e nuovi media
- Sociologia della comunicazione
- Applicazione delle RP in internet
- Gestione relazioni con i media
- Il linguaggio dei media
- L'ufficio stampa: la media list, il comunicato stampa, la rassegna stampa
- L'organizzazione della conferenza stampa, la preparazione dei materiali promo pubblicitari, il Press Kit

2^ MODULO: EVENT COMMUNICATIONS

- Costruire relazioni e consenso attraverso un evento
- Le diverse tipologie di eventi
- I principi base della progettazione
- Il brainstorming
- Lo sviluppo di un'idea
- Il piano di lavoro, gli strumenti, il timing, il budget, i permessi
- La gestione dello staff di lavoro
- Le fasi di un evento
- La comunicazione dell'evento: strumenti e strategie
- La realizzazione dell'evento
- La rassegna stampa e il follow up.

A cosa ti prepara

Grazie alla strutturazione in moduli, il corso permette di avere un quadro completo della disciplina. Prepara dunque alle professioni di addetto alle RP, responsabile comunicazione, addetto ufficio stampa, responsabile organizzazione eventi.

Struttura e frequenza del corso

Il corso si svolge attraverso i due moduli di Public Relations e Events Communications. Le lezioni frontali sono completate da esercitazioni pratiche, role playing e case history, simulando contesti di lavoro, dando un taglio concreto e progettuale a tutta la didattica.

La frequenza è di un incontro settimanale, con orario 9.00-13.00 e 14.00-17.00

Durata

Il corso ha una durata di 56 ore complessive.

Alumni per classe

Massimo 10.

Costi

€ 580,00 + IVA

Titolo finale

Alla fine del corso, previo esame di verifica con i docenti, verrà rilasciato un Attestato di frequenza. I curricula degli studenti verranno inseriti nel Database del Network di Istituti San Camillo Catania e pubblicizzati alle aziende.

*La segreteria degli **ISTITUTI SAN CAMILLO CATANIA** è a Vostra disposizione per ogni ulteriore informazione, colloqui di orientamento per la scelta dei corsi, aiuti di tipo logistico per gli studenti fuori sede.*