



campus
multimedia
in-formazione



http://www

Corso Executive

Web 2.0 - Nuovi modi di comunicare

2012

Premessa

Il **Consorzio Campus Multimedia In-Formazione**, ente senza fini di lucro fondato nel 2004 da **Mediaset** e dalla **Università IULM** e attivo nel campo della formazione e della ricerca, ha progettato per **ÉCOLE - Enti Confindustriali Lombardi per l'Education** un corso Executive sulla Comunicazione e sul Marketing in ambiente digitale. Il corso è stato pensato per rispondere alle esigenze delle PMI di fronte alle nuove dinamiche comunicative del Web 2.0. (www.campusmultimedia.net) (www.consorzioecole.it)

Obiettivi del corso

Il corso Executive ha come **obiettivo** quello di **far conoscere e comprendere le opportunità di business offerte dalla rete**, indipendentemente dal settore merceologico di appartenenza e dalle tipologie aziendali di appartenenza.

Struttura del corso

Ciascun partecipante al corso potrà scegliere di iscriversi ad almeno due moduli oppure a tre o a quattro.

I moduli sono strutturati in successione e solamente chi avrà seguito i primi due potrà accedere al terzo e così via.

Contenuti del corso

Il corso è diviso in **sei moduli**, ciascuno dei quali ricopre una funzione didattica precisa. Questa la descrizione in dettaglio:

1) Media e Multimedia Digitale

E' un modulo introduttivo che spiega quali sono e come funzionano i media digitali, insegnando come muoversi a proprio agio in questa nuova realtà. In particolare si analizzeranno:



- i concetti di Media, Multi-Media, Interactive Media, Iper-Media
- il colore e il suono (tecnologia e percezione)
- il testo, l'immagine statica (fotografia/grafica), l'immagine in movimento (video/animazione)
- le tecniche di acquisizione, elaborazione, memorizzazione, trasmissione, presentazione di tutti i media.

Durata: 8 ore

Data: Venerdì 19 ottobre 2012

2) Produzione/Distribuzione Digitale

Questo modulo analizza i modi in cui si producono i media digitali e in generale le varie forme di comunicazione web. Temi trattati:

- studio del Concept/Design (Information/ Interaction/Visual Design)
- implementazione (il flusso di lavoro dell'autore e dello sviluppatore di codice)
- sistemi di valutazione (hardware/software/ utente, in particolare: usabilità, funzionalità/ estetica)
- distribuzione in ambienti multi-piattaforma

Durata: 4 ore

Data: Sabato 20 ottobre 2012

3) Comunicazione Digitale e Web

Il terzo modulo focalizza l'attenzione

principalmente sulla comunicazione digitale e in rete, studiando quali sono le varie modalità per promuovere i brand di proprio interesse. Si approfondiscono argomenti quali:

- analisi dei linguaggi e delle architetture Internet/Web (servizi, sicurezza/privacy)
- la comunicazione in rete (distribuzione e condivisione 2.0 / sociale /virale)
- le narrazioni e le interazioni in rete (principi e linee guida)
- visibilità e posizionamento del brand in rete (Search Engine Optimization, Social Media Optimization, Social Media Advertising)

Durata: 12 ore

Data: Venerdì e Sabato 26 e 27 ottobre 2012

4) Innovazione tecnologica, new media e Modelli di business

Il quarto modulo è un momento laboratoriale: si insegna, anche attraverso testimonianze, come costruire modelli di business in rete. Gli strumenti precedentemente forniti negli altri moduli dovranno servire ai discenti suddivisi in gruppi per ideare/proporre un possibile business digitale, costruendo siti e piattaforme. Si parla di:

- modelli di innovazione e ruolo della tecnologia come motore di innovazione
- rivoluzione digitale: ruolo della tecnologia nella catena del valore dei media

Il laboratorio sarà orientato alla costruzione di un sapere relativo alla gestione imprenditoriale e/o manageriale della piattaforma web.

Durata: 12 ore

Data: Venerdì 9 e Sabato 10 novembre 2012

5) Progettazione di prodotti in rete

e tecniche di marketing non convenzionale

In questa fase si implementa il lavoro d'aula dei discenti e vengono forniti ulteriori elementi di marketing non convenzionale per sintonizzare al meglio il prodotto digitale con:

- metodi per la progettazione efficace e persuasiva di contenuti per il web 2.0
- analisi delle nuove opportunità di marketing, il marketing digitale e il marketing non convenzionale
- implementazione dei progetti sviluppati nella fase precedente

Durata: 8 ore

Data: Venerdì 16 novembre 2012

6) Discussione finale e conclusioni del corso

Si conclude il corso e si discutono / analizzano i lavori precedentemente elaborati.

Durata: 8 ore

Data: Venerdì 23 novembre 2012





Modalità di partecipazione

- La quota di partecipazione all'intero corso Executive è pari a 3.800,00 euro + iva.
- La partecipazione solo ai primi due moduli ha un costo di 2.800,00 euro + iva.
- La partecipazione ai primi tre moduli ha un costo di euro 3.300,00 euro + iva.
- Nel caso di più iscrizioni da parte della stessa azienda, si ha diritto al 10% di sconto su ogni partecipazione successiva.
- Sconto complessivo del 20% per gli associati Assolombarda.
- École supporterà le imprese nell'eventuale richiesta di finanziamento a Fondimpresa e Fondirigenti.

Contatti, info e iscrizioni

ÉCOLE

Enti CONfindustriali Lombardi per l'Education

Tel. 02 26255384

daniela.pellini@consorzioecole.it

Ente organizzatore



Coordinamento didattico a cura di



Con il Patrocinio di

