

MERIDIA
FORMAZIONE

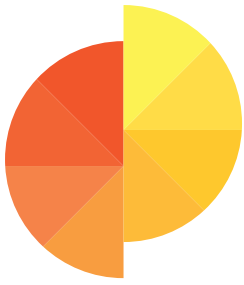
CORSO DI ALTA FORMAZIONE IN COMUNICAZIONE DI IMPRESA, MARKETING E PUBBLICHE RELAZIONI

MODULO I LA LEADERSHIP IN AZIENDA E LE COMPETENZE MANAGERIALI

- La leadership in azienda
- Team building - Problem solving
- Self management skills

MODULO II STRATEGIE AZIENDALI

- Organizzazione aziendale
- Lo scenario economico ed istituzionale a livello nazionale ed europeo: Consumer Marketing e Business Marketing
- Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda



MERIDIA
FORMAZIONE

MODULO III

LE NUOVE FRONTIERE DEL MARKETING

- Marketing relazionale - Customer knowledge management - Marketing esperienziale - Marketing virale
- Marketing piramidale - Multilevel marketing - Vendite e organizzazione
- Naming, copywriting e storytelling: dallo spot alle nuove forme di comunicazione funzionale e strategica. La creazione e la presentazione di una campagna di comunicazione, gli strumenti e le tecniche.

MODULO IV

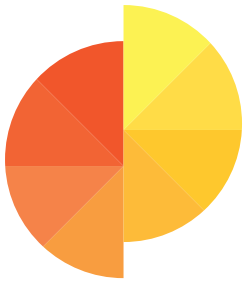
MARKETING E INNOVAZIONE

- Marketing Strategico: La pianificazione strategica

Case history:

Nextome: Colucci Domenico “Miglior giovane imprenditore web”

- Marketing operativo: Strumenti e metodi. Tradurre la strategia di marketing in piano operativo



MERIDIA
FORMAZIONE

MODULO V

COMUNICAZIONE DI IMPRESA: SCENARI E TREND DELLA COMUNICAZIONE

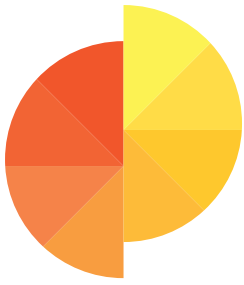
- Comunicazione di impresa: evoluzione e linguaggi, nuove strategie e prospettive
- Significato e valore della comunicazione di impresa attraverso la storia, le dinamiche di mercato, i nuovi paradigmi, le nuove tecnologie e la condivisione dei bisogni: presentazione dei principali strumenti gestionali e operativi
- Brand Construction e Corporate Identity: analisi, processi e tecniche, dal naming al marchio
- I processi di costruzione di una identità di marca, analisi degli elementi visivi, modalità gestionali e funzionali della marca e della sua reputazione.
- Metodologie di progettazione strategico - creativa. Il visual design e i suoi processi di narrazione: analisi, valutazione, prospettive
- Comunicazione operativa: integrare web e social media nel piano del marketing operativo.

Case study: Comma3.com

- Content marketing: tra creatività e problem solving
- Il Fattore R: Come le relazioni pubbliche influiscono sulla reputazione aziendale

Case study: Sec Mediterranea

- GDPR: Il Regolamento europeo sulla protezione dei dati

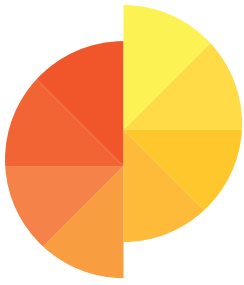


MERIDIA
FORMAZIONE

MODULO VI

RELAZIONI PUBBLICHE E NETWORKING

- Le relazioni istituzionali
- Aspetti giuridici e leggi specifiche per le attività di lobbying in Italia e all'estero
- Tutela della proprietà intellettuale, della concorrenza e delle comunicazioni
- Nuovi linguaggi e forme della comunicazione: la scrittura professionale - Evoluzione dell'ufficio stampa nelle organizzazioni
- Funzionamento ed organizzazione delle agenzie giornalistiche: strategie per definire l'intervista e la conferenza stampa



MERIDIA
FORMAZIONE

MODULO VII

PARADIGMI DEL MARKETING ATTRAVERSO L'ESPLORAZIONE DEL SETTORE DEL TURISMO E DELL'AGROALIMENTARE

- Le tappe chiave del marketing operativo multicanale - I diversi supporti del piano multicanale: promozione delle vendite, marketing diretto, fiere ed organizzazione eventi, leaflet, street marketing
- Le quattro aree del sistema del marketing turistico: brand, utenti, sito, prenotazioni
- Dal Business value al Customer value

Case study:

Cantina Minafra “ Turismo e Agroalimentare”:

**Definire il proprio brand e il proprio
posizionamento strategico in un mercato
competitivo come quello turistico - Definizione
della Unique Selling Position - USP-**