

**CORSO DI FORMAZIONE IN COMUNICAZIONE
E MARKETING NON-CONVENZIONALE**

PROGETTO ADVERTISING:

**LEARNING
BY DOING!**

**Dal singolo al network, dall'idea al
progetto, fino alla sua realizzazione.**



4-25 FEBBRAIO 2014 * FIRENZE

MULTIVERSO Via Campo d'Arrigo 42/r (Fi)

www.multiverso.biz



OBIETTIVI

“Le persone comuni possono concepire progetti straordinari senza difficoltà. Quello che manca è la volontà di realizzarli”.
Seth Godin

Il corso ha l'obiettivo di permettere a liberi professionisti, consulenti, dipendenti pubblici e privati, laureandi che a diverso titolo sono impegnati in attività di marketing e comunicazione, di avere una visione chiara ed efficace delle nuove tecniche di comunicazione e del loro utilizzo.

Alla fine del corso sarete in grado di progettare una campagna di advertising curandola in ogni suo aspetto.

SI IMPARA LAVORANDO ALLA PROGETTAZIONE E ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA PER UN' AZIENDA PARTNER.

L'attività formativa che proponiamo si caratterizza per una impostazione che unisce conoscenze teoriche e capacità pratiche.

Se intendi partecipare a questo corso con l'unico scopo di aggiungere un'attività formativa al tuo curriculum o se pensi di sederti su una sedia ascoltando qualcuno che in poche ore ti renda il nuovo guru del marketing, questo non è possibile.

Il corso è indicato per coloro che sono disposti a mettersi in gioco, abbracciando un ambiente di lavoro collaborativo, un co-working.

gold

PARTNER DI PROGETTO

Il nostro partner aziendale è **Gold**, noto brand nel campo dello streetwear, che parteciperà al programma su tre livelli:

1

In una prima fase iniziale si presenterà come “committente” e illustrerà gli obiettivi e le caratteristiche riguardanti la campagna di advertising di cui ha bisogno.

2

Nella fase intermedia sarà aggiornato sui progressi dei progetti, quindi giudicherà i lavori, restituirà feedback e proporrà ulteriori azioni da svolgere.

3

Al termine del corso i partecipanti, avranno la possibilità di presentare il proprio progetto direttamente al fondatore e direttore creativo di GOLD Omar Rashid che ne valuterà una possibile realizzazione.

I partecipanti al corso avranno quindi la possibilità di interfacciarsi direttamente con l'azienda in qualità di collaboratori.



TEMPI

Il corso ha la durata di **24 ORE** distribuite in **6 INCONTRI**, di 4 ORE ciascuno. Le lezioni si svolgeranno **il martedì e il giovedì dalle 18.00 alle 22.00 *** nelle seguenti date:

* ore 20.00
Coffee Break



Mar 4 Febbraio
Gio 6 Febbraio

Mar 11 Febbraio
Gio 13 Febbraio

Mar 18 Febbraio
Mar 25 Febbraio

MODALITÀ

Oltre agli incontri con l'azienda, saranno alternate lezioni frontali e dinamiche, lavoro di gruppo e individuale con lo scopo di fornire gli strumenti e i know-how necessari ad entrare psicologicamente e concretamente all'interno dell'ambito lavorativo con la produzione effettiva di contenuti, che permetteranno al gruppo di vivere l'esperienza di lavoro.

IL PROGRAMMA QUINDI È COSTRUITO IN UNA FORMA MODULABILE E FLESSIBILE PER ADERIRE AL MEGLIO ALLE ESIGENZE DI SVILUPPO DEL PROGETTO STESSO, FORNENDO LE SPECIFICHE COMPETENZE CHE DI VOLTA IN VOLTA SERVIRANNO - SPENDIBILI IN QUALSIASI TIPOLOGIA DI PROGETTAZIONE PUBBLICITARIA.

ATTIVITÀ

DAL MARKET AL MARKET-ING

Docenti: Francesco Beligni

- La nuova utenza (Prosumer)
- Le nuove reti
- La nuova comunicazione
- I nuovi strumenti

BRIEFING E INTERPRETAZIONE DELLA DOMANDA

Docenti: Andrea Mancini – Francesco Beligni

- Conoscere il proprio cliente
- Conoscere il mercato
- Interpretare le esigenze
- Soddisfare il pubblico

BRAND IDENTITY E BRAND EQUITY

Docenti: Andrea Mancini – Francesco Beligni

- Conoscere e riconoscere un brand
- I valori di marca e tratti distintivi
- Brand equity
- Personalità di marca
- Fedeltà e fidelizzazione
- Associazioni di marca

GUERRILLA MARKETING

Docenti: Fabio Antonacci – Francesco Beligni

- Origini, cultura e controcultura del Guerrilla Marketing
- Presentazione e approfondimento degli strumenti e delle tecniche utilizzate nel Guerrilla Marketing
- Pianificazione strategica di una campagna non-convenzionale
- Dal concept creativo alla strategia
- Dall'organizzazione alla produzione
- Valutazione dell'efficacia del Guerrilla Marketing
- Presentazione e approfondimento di case-history di successo e insuccesso

ATTIVITÀ

SOCIAL-MEDIA MARKETING

Docenti: Valentina Vellucci – Giorgio Gronchi

- Definizione del social media e dei concetti chiave: interazione, awareness, reputation, engagement, call to action
- Scenari del social-media
- Audience, trend, valori del mercato nei social-media
- Pianificazione di una strategia di social-media marketing
- Facebook Marketing e Facebook Advertising
- Brand reputation, analisi e monitoraggio
- Presentazione e approfondimento di case-history di successo e insuccesso



VIRAL MARKETING, WORD OF MOUTH E MEMETICA

Docenti Fabio Antonacci – Francesco Beligni

- Meme e Memetica: processi di viralizzazione di un messaggio. Dalle Meme testuale all'Internet Meme
- Nascita ed evoluzione del viral Marketing
- Viral e Social: una integrazione necessaria
- L'importanza del passaparola: come stimolare il Word Of Mouth
- Ciclo di vita di una campagna di Word Of Mouth
- Pianificazione e misurazione di una campagna di WOM
- Presentazione e approfondimento di case-history di successo e insuccesso

DOCENTI

FABIO ANTONACCI

13.05.81 - Bologna

Dopo le esperienze nelle agenzie AdMajora e G-com, fonda nel 2007 bloguerrilla.it, uno dei punti di riferimento dell'informazione di settore. Nel 2009 ha fondato il network di professionisti MagillaGuerrilla. Partecipa in veste di docente a corsi di formazione e Master universitari, interviene come esperto di guerrilla marketing all'interno del programma radiofonico di Radio24: Il Riposo del Guerriero.

<http://www.linkedin.com/in/fabioantonacci>

<http://www.magillaguerrilla.it>

ANDREA MANCINI

29.11.81 - Napoli

Il dottorato di ricerca in collaborazione con San Benedetto Acque Minerali gli permette di entrare nel mondo della Psicologia del marketing e della pubblicità: materia che dal 2008 insegna presso la Facoltà di Psicologia di Firenze. Autore di diverse pubblicazioni scientifiche sul tema, dal 2009 è amministratore unico di ECS, società di formazione e consulenza nonché provider ministeriale.

<http://www.linkedin.com/in/andmancini>

Il nostro team di formatori è composto da esperti nelle aree del marketing, della psicologia e della pubblicità, seguirà costantemente e preparerà il gruppo di lavoro ponendosi l'obiettivo di sviluppare un progetto pubblicitario intelligente, innovativo, avvincente e sufficientemente interessante da stimolare la nostra azienda partner.

FRANCESCO BELIGNI

13.06.82 - Firenze

Laureato in Psicologia prosegue la sua attività accademica collaborando a pubblicazioni e docenze riguardanti la Psicologia della Pubblicità e del marketing e in particolare lo studio dell'efficacia del marketing non-convenzionale. Parallelamente sviluppa competenze in ambito SEO e svolge consulenze in comunicazione per PMI. Recentemente si è occupato della progettazione di una start-up nel settore dei servizi web.

<http://www.linkedin.com/in/francescobeligni>

VALENTINA VELLUCCI

03.03.85 - Bologna

Nel 2010 si laurea a Bologna in Semiotica, con una tesi sulla comunicazione della Lega Nord. Nel 2012, dopo una serie di collaborazioni con agenzie di comunicazione con realtà imprenditoriali di rilievo (Etv, Resto del Carlino), approda nell'agenzia MagillaGuerrilla dove occupa il ruolo di social media strategist e docente. È la fondatrice del portale Roar Magazine. Nel tempo libero si interessa di SEO.

<http://www.linkedin.com/in/valentinavellucci>

<http://www.roarmagazine.it>

GIORGIO GRONCHI

15.2.80 - Livorno

Psicologo e ricercatore presso il Dipartimento di Scienze della Salute di Firenze. Collabora a diversi progetti di ricerca in Italia e all'estero riguardanti la psicologia del pensiero, la presa di decisione e le neuroscienze. Consulente e docente nell'ambito della psicologia cognitiva applicata al marketing e alla pubblicità, in particolare in riferimento all'usabilità dei siti web e all'interazione uomo computer.

<http://www.linkedin.com/in/giorgiogronchi>



INFO

MULTIVERSO VALUTERÀ LA POSSIBILITÀ DI INSERIMENTO ALL'INTERNO DELLA PROPRIA STRUTTURA DI UNO O PIÙ COLLABORATORI MERITEVOLI, IN MODALITÀ DA CONCORDARE.

COSTO 280€+IVA

SCADENZA ISCRIZIONI: martedì 28 gennaio 2014

PER INFO E ISCRIZIONI:

learningbydoing@multiverso.biz

PROGRAMMA DETTAGLIATO:

<http://firenze.multiverso.biz/formazione/corsi/in-partenza/learning-doing>

#BYDOING



MULTIVERSO

Via del Campo d'Arrigo 42/r | 50131 - Firenze

www.multiverso.biz

www.facebook.com/HubMultiverso