

Oggetto: MASTER DI ALTA FORMAZIONE DI SECONDO LIVELLO IN CORPORATE COMMUNICATION (COMUNICAZIONE AZIENDALE)

Salerno Formazione, società operante nel settore della didattica della formazione professionale certificata secondo le normative UNI ISO 21001:2019 + UNI EN ISO 9001:2015 settore EA 37 per la progettazione ed erogazione di servizi formativi in ambito professionale e Polo di Studio Universitario di Salerno dell'Università eCampus, **organizza il MASTER DI ALTA FORMAZIONE PROFESSIONALE DI SECONDO LIVELLO IN CORPORATE COMMUNICATION – COMUNICAZIONE AZIENDALE.**

La comunicazione d'impresa è il motore che permette a un'azienda di costruire la propria identità, differenziarsi sul mercato e instaurare relazioni solide con clienti, stakeholder e dipendenti.

In un contesto in continua evoluzione, caratterizzato dalla trasformazione digitale e dall'interconnessione globale, le aziende hanno bisogno di professionisti in grado di sviluppare strategie comunicative efficaci, innovative e orientate ai risultati.

Il Master di alta formazione professionale di secondo livello in Corporate Communication è un percorso formativo intensivo organizzato su sei mesi, pensato per imprenditori, manager, professionisti della comunicazione e studenti che vogliono acquisire competenze avanzate per gestire la comunicazione aziendale con approccio strategico e operativo.

Obiettivi del Master:

Fornire una visione completa delle dinamiche della comunicazione aziendale, dai fondamenti teorici alle più avanzate strategie digitali.

Insegnare a costruire e gestire la corporate identity e la reputazione aziendale, con particolare attenzione alla comunicazione interna ed esterna.

Approfondire le tecniche di media relations, digital marketing e social media management per sviluppare strategie multicanale efficaci.

Preparare i partecipanti a gestire crisi reputazionali, adottando strategie di crisis communication e risk management.

Favorire un apprendimento esperienziale attraverso esercitazioni pratiche, case study, simulazioni e project work, così da applicare le conoscenze acquisite direttamente al proprio contesto lavorativo.

In un mondo in cui la comunicazione aziendale è sempre più centrale, investire nella propria formazione significa acquisire un vantaggio competitivo essenziale. Il **Master Executive in Corporate Communication** è il percorso ideale per chi vuole padroneggiare le strategie di comunicazione più efficaci e portare innovazione all'interno della propria realtà professionale.

DURATA E FREQUENZA: Il master avrà la durata complessiva di 100 ore. Il master si svolgerà presso la sede della Salerno Formazione con frequenza settimanale per circa n. 3 ore lezione.

E' POSSIBILE SEGUIRE LE LEZIONI, OLTRE CHE IN AULA, ANCHE IN MODALITA' E.LEARNING – ON.LINE.

E' prevista solo una quota d'iscrizione di €. 500,00 per il rilascio del **DIPLOMA DI MASTER DI ALTA FORMAZIONE PROFESSIONALE DI SECONDO LIVELLO IN “CORPORATE COMMUNICATION”**

DESTINATARI: Il master è a numero chiuso ed è rivolto a n. 16 persone in possesso di laurea specialistica.

PER ULTERIORI INFO ED ISCRIZIONI: è possibile contattare dal lunedì al sabato dalle ore 9:00 alle 13:00 e dalle 15:00 alle 20:00 la segreteria studenti della Salerno Formazione ai seguenti recapiti telefonici 089.2097119 e/o 338.3304185.

CHIUSURA ISCRIZIONI: RAGGIUNGIMENTO DI MASSIMO 16 ISCRITTI

PROGRAMMA DI STUDIO:

MODULO 1 – FONDAMENTI DI COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- Introduzione ai concetti e alla rilevanza strategica della comunicazione d'impresa
- Analisi dei modelli teorici classici e contemporanei
- Ruolo della comunicazione nella costruzione dell'immagine aziendale
- Esercitazione: analisi di case study aziendali per identificare le best practice
- Discussione e sintesi dei concetti appresi.

MODULO 2 – STRATEGIE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

- Teoria e definizione della comunicazione integrata: strumenti e canali
- Studio dei processi di pianificazione e implementazione della strategia comunicativa
- Approccio pratico: simulazione di una campagna integrata
- Workshop interattivo per la definizione degli obiettivi e dei messaggi chiave
- Debriefing e confronto sui risultati dell'esercitazione

MODULO 3 – BRANDING E CORPORATE IDENTITY

- Fondamenti di branding: definizione e importanza della corporate identity
- Strategie per costruire e gestire l'immagine del brand
- Esercitazione: sviluppo di una proposta di brand identity per un caso studio
- Analisi comparativa di esempi di successo
- Feedback e discussione sul progetto.

MODULO 4 – COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL MEDIA

- Introduzione agli strumenti digitali e alle piattaforme social
- Strategie di engagement e content marketing per il mondo digitale
- Esercizio pratico: creazione e pianificazione di contenuti digitali
- Simulazione: gestione di una campagna social in tempo reale
- Condivisione delle esperienze e analisi critica dei risultati.

MODULO 5 – PUBLIC RELATIONS E MEDIA RELATIONS

- Teoria delle relazioni pubbliche e importanza dei media per l'immagine aziendale
- Tecniche di costruzione e mantenimento delle relazioni con i media
- Esercitazione: redazione di un comunicato stampa efficace
- Role-play: simulazione di interviste e briefing con operatori dell'informazione
- Feedback e sintesi delle tecniche apprese.

MODULO 6 – COMUNICAZIONE INTERNA E CULTURA AZIENDALE

- Importanza della comunicazione interna per il successo aziendale
- Strategie per favorire una cultura aziendale coesa e motivante
- Esercitazione: analisi di un piano di comunicazione interna in un caso reale
- Workshop: attività di team building e condivisione dei valori aziendali
- Discussione e valutazione delle best practice.

MODULO 7 – GESTIONE DELLE CRISI E REPUTAZIONE AZIENDALE

- Teoria e modelli di gestione delle crisi comunicative
- Strategie per la tutela e il rafforzamento della reputazione aziendale
- Simulazione: gestione di una crisi comunicativa reale
- Esercitazione: sviluppo di un piano di crisis management
- Confronto e feedback, analizzando le soluzioni proposte.

MODULO 8 – COMUNICAZIONE E INNOVAZIONE TECNOLOGICA

- Il ruolo delle tecnologie emergenti nella comunicazione d'impresa
- Analisi degli strumenti digitali e delle piattaforme innovative
- Esercizio: integrazione di soluzioni tecnologiche in un piano comunicativo
- Workshop: esplorazione di trend digitali e case study innovativi
- Sintesi e confronto sui benefici dell'innovazione applicata alla comunicazione.

MODULO 9 – COMUNICARE LA SOSTENIBILITA' AZIENDALE

- Sostenibilità, sviluppo sostenibile e progresso consapevole
- Strategie per la comunicazione della sostenibilità e dei valori etici aziendali
- Esercitazione: sviluppo di una campagna di sostenibilità per un'organizzazione
- Analisi di best practice e casi di successo di comunicazione della sostenibilità
- Feedback, discussione e riflessione sui modelli applicati.

MODULO 10 – PROGETTO APPLICATO IN COMUNICAZIONE D'IMPRESA

- Presentazione del progetto finale: definizione degli obiettivi e metodologia
- Formazione dei gruppi e assegnazione dei casi studio
- Sviluppo pratico del progetto con supporto del docente
- Simulazione di presentazione del progetto
- Valutazione finale, feedback costruttivo.

Per ulteriori informazioni e/o per le iscrizioni, è possibile contattare dal lunedì al sabato dalle ore 9:00 alle 13:00 e dalle 16:00 alle 20:00 la segreteria studenti della Salerno Formazione ai seguenti recapiti telefonici 089.2097119 e/o 338.3304185.

SITO WEB: www.salernoformazione.com