



L'Ufficio Stampa tradizionale si è trasformato in un "avamposto della comunicazione", in grado di rispondere alle richieste provenienti da un mercato sempre più competitivo. La complessità è foriera di opportunità un tempo impensabili, anche per soggetti con risorse contenute. Compito dell'Ufficio Stampa è quello di suggerire, promuovere, elaborare programmi atti alla diffusione capillare, omogenea e coerente dell'immagine dell'azienda, sviluppando rapporti con tutti i possibili centri di informazione, assicurando il costante flusso delle comunicazioni tra l'azienda e gli organi di stampa, filtro necessario per raggiungere il pubblico (Valentina Fortichiari). Al centro di questo processo, alimentato dal flusso di informazioni e notizie prodotte, vi è l'addetto stampa o il responsabile della comunicazione, professionista dell'informazione con il compito di tradurre il messaggio da comunicare e di raggiungere in maniera efficace i suoi destinatari.

Nel settore pubblico e privato cresce la richiesta di personale qualificato in grado di coprire questa figura professionale che rappresenta l'interfaccia con il mondo esterno (media, clienti, istituzioni, ecc.).

Per essere addetti stampa bravi e di successo bisogna essere versatili, creativi, infaticabili e rispettosi della deontologia professionale, perché gli uffici stampa sono una delle principali fonti di informazione a cui attingono i giornalisti.

Di qui, l'esigenza di veicolare le notizie nel modo più corretto: redigere comunicati e articoli destinati ai media, preparare le rassegne stampe, organizzare conferenze stampa, compilare mailing list che rispondono ad esigenze sempre diverse.

1 / 4

Le lezioni consisteranno in una parte teorica, in cui saranno insegnati i metodi di lavoro in agenzia, e verranno fornite tutte le principali nozioni inerenti l'organizzazione di eventi, e in una parte laboratoriale, in cui saranno affrontati gli aspetti pratici e operativi del lavoro in un ufficio stampa.

DESTINATARI

Giornalisti, studenti universitari e più in generale tutti coloro che ambiscono a lavorare nel mondo dei servizi di comunicazione rivolti alle imprese o agli enti pubblici.

OBIETTIVI GENERALI E SPECIFICI

Il corso mira a formare una delle figure più richieste nel mondo della comunicazione, l'Addetto stampa, attraverso l'acquisizione di nozioni basilari e competenze necessarie per definire una strategia di comunicazione mirata.

Il corso mira a fornire ai partecipanti le capacità professionali necessarie a sviluppare una coerente politica di informazione ed immagine attraverso lezioni incentrate sulla redazione di comunicati stampa, l'organizzazione di conferenze stampa, la struttura dei media e il funzionamento degli strumenti della comunicazione.

Il corso si propone di formare professionalità in grado di inserirsi nel processo produttivo di aziende che hanno al loro interno un ufficio stampa.

RISULTATI ATTESI

Al termine del corso, i partecipanti saranno in grado di:

- Padroneggiare gli strumenti della comunicazione digitale
- Compilare e gestire una mailing list
- Preparare una cartella stampa
- Organizzare una conferenza stampa
- Realizzare un'intervista
- Curare la rassegna stampa
- Conoscere le dinamiche gestionali di un ufficio stampa politico
- Conoscere le dinamiche gestionali di un ufficio stampa di una società sportiva

VALUTAZIONE

Al fine di valutare l'efficacia del lavoro svolto dai docenti, i partecipanti al corso dovranno svolgere delle esercitazioni pratiche, dimostrando la loro capacità di avvalersi autonomamente degli strumenti forniti. Al termine del corso è prevista una prova finale volta a verificare il raggiungimento degli obiettivi previsti.

RISORSE PROFESSIONALI

Il corso è diretto da Peppe Iannicelli, giornalista ed opinionista tv, volto storico di Canale 21. Autore e conduttore di numerose trasmissioni dedicate al mondo dello sport, a viaggi, divertimenti e vacanze. Gestisce l'ufficio stampa del Sindaco di Salerno, Vincenzo De Luca.

PARTNER PER LA DIDATTICA

Prospettiva Europea

Periodo di realizzazione aprile - maggio 2015

Durata corso - 24 ore

COSTI DI ISCRIZIONE

Ogni partecipante sarà tenuto a corrispondere 240,00€.

Quota di iscrizione 100,00€ - quota restante da versare entro il terzo incontro

MODALITA' DI ISCRIZIONE

Compilare il [modulo di iscrizione](#) ed effettuare in contanti o tramite bonifico bancario il versamento della quota di iscrizione pari a € 100,00 entro l'inizio del corso

PROMOZIONE

Per chi si iscrive entro il 18 aprile buono sconto di 40,00€

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

L'attestato di partecipazione al corso in "Ufficio Stampa e Media Relations MediNapoli" è rilasciato a ogni allievo che abbia frequentato almeno il 66% delle ore totali.

PER INFO

Mob. 3398347817 – e-mail: info@medinapoli.it

[CALENDARIO E PROGRAMMA](#)

GIORNALISMO UFFICIO ^ESTAMPA NELL'ERA DELLA COMUNICAZIONE DIGITALE

Comunicazione crossmediale

Media digitali e Web 3.0

Corporate Identity

Newsmaking

Ufficio Stampa Politico

Ufficio Stampa Società Sportiva



MEDIA

GIUSEPPE IANNIC

Napoli - dal 29 aprile, ore 14 - 17.30
7 incontri, 24 ore - 240 €
Sconto 40€ fino al 30 aprile

INFO
3398347817 in
www.medinap