



UFFICIO STAMPA 2.0 E DIGITAL PR

(80 Ore)

Obiettivi: L'obiettivo è quello di formare tutti coloro che intendono operare all'interno del settore della comunicazione, al fine di acquisire competenze specialistiche, tecniche e capacità organizzative mirate all'organizzazione e alla gestione di ogni tipologia di ufficio stampa, con un occhio di riguardo per i canali social e, in generale, del mondo degli uffici stampa nell'era del digital marketing.

Modulo 1 (4h teoria – 4h pratica) *Comunicazione e Principi di giornalismo*

Che cos'è la comunicazione - Principi di comunicazione - La comunicazione verbale - Gli obiettivi della comunicazione verbale - Come vengono recepite le informazioni - La comunicazione scritta - Principi di giornalismo - L'importanza della sintesi - La regola delle 5 W - Come scrivere un articolo.

Modulo 2 (4h teoria - 4h pratica) *Il lavoro dell'Addetto Stampa*

Come diventare addetto stampa - Il lavoro dell'addetto stampa - Ruolo e responsabilità - Controllo delle fonti - Deontologia professionale - Rapporti con i media - La mailing-list - La rassegna stampa - Gestione dell'intervista e della dichiarazione.

Modulo 3 (4h teoria - 4h pratica) *Il Comunicato Stampa*

Che cos'è un comunicato stampa - Funzioni di un comunicato stampa - Regole di stesura di un comunicato stampa - Semplicità e chiarezza espositiva - Il comunicato stampa di invito - Il comunicato stampa pre-evento - Il comunicato stampa post-evento - Come redigere un articolo da un comunicato stampa - Differenze tra comunicato stampa e lancio d'agenzia.

Modulo 4 (4h teoria - 4h pratica) *La Cartella Stampa*

Che cos'è una cartella stampa - Materiale contenuto nella cartella - Comunicato stampa principale - Profilo dell'ente e delle sue attività - Notizie pratiche: location, guide, risultati, orari - Descrizione tecnica di un avvenimento - Dichiarazioni da riportare in sede di conferenza stampa - Brochure e dépliant informativi.

Modulo 5 (8h teoria - 8h pratica) *L'Ufficio Stampa nell'era digitale*

Come vengono recepite le informazioni - La comunicazione scritta ai tempi di Internet - I contenuti creativi sul web - L'importanza del content marketing - L'analisi del sentiment: opinioni dei clienti sul brand e strumenti per restare in ascolto - Caratteristiche generali di social e blog.

Modulo 6 (8h teoria - 8h pratica) *Creare e gestire un sito aziendale con Wordpress*

Come creare un sito/blog aziendale con WordPress - I plugin e i template - Scrivere in ottica Seo: title, meta description, url, scelta delle immagini - L'importanza delle parole chiave per l'indicizzazione - Serp e Sem: ricerca organica e a pagamento - Strumenti per un ufficio stampa 2.0: Moz Tool Bar, Ubersuggest, Seo Zoom, Semrush, Google Adwords, Google Analytics, Gogle Trends - Le schede Personas: come creare un target - Le email marketing: come scrivere una mail di successo ed evitare di finire nello Spam.



Modulo 7 (4h teoria - 4h pratica) *Le Digital PR: cosa sono e quali strumenti applicare*

Pubblicazione di articoli su siti e blog autorevoli - Dai social bookmark ai corporate blog: strumenti per classificare e raccogliere articoli e news - I Guest Post, cosa sono e come ottenere back link di qualità - Costruzione della brand reputation - Come sviluppare una brand identity - Come generare lead generation - Come fare Link building con le Digital PR - Misurare il successo delle digital PR: da Google Analytics ad altri tool di riferimento.

Modulo 8 (Moduli Obbligatori)

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)