



LIVELLO EQF 5
SEP 24 AREA COMUNE

TECNICO ESPERTO IN CAMPAGNE COMUNICATIVO - PROMOZIONALI

ESIGENZE DEL MERCATO E OBIETTIVI DEL CORSO

Le professioni del **Marketing** e della **Comunicazione** sono in costante crescita. Il mondo iper-connesso, la globalizzazione dei mercati, la rivoluzione digitale hanno radicalmente cambiato il modus operandi di questi due settori. Nelle organizzazioni moderne si sono affermate nuove figure professionali. La **Comunicazione di Impresa** si è conquistata un ruolo sempre più crescente, soprattutto nell'era dei **Social Network**, con una fusione del paradigma dell'artigianalità e della produzione di massa che **ridisegna il ruolo della comunicazione**, sempre più incentrata sulla **brand authenticity**

Le aziende stanno rispondendo alle nuove sfide della **trasformazione digitale** come leva competitiva, in uno scenario dove troviamo la **Comunicazione a distanza** e le **piattaforme digitali**, l'approccio alla comunicazione della **sostenibilità**, l'**Ai.bility** e l'**intelligenza artificiale** nella comunicazione e nella relazione con il cliente, e nuovi fenomeni da fronteggiare come il **Brand Activism** e la narrazione delle **fake news**. I grandi cambiamenti che interessano le economie globali agitano le acque della comunicazione che diventa più complessa, producendo incertezza e instabilità politica, istituzionale, economica e sociale

Il percorso forma un **Tecnico esperto di comunicazione** in grado di progettare **campagne di comunicazione e promozione online e offline** in linea con gli sviluppi del mercato, gestendo processi di **comunicazione aziendale**, sia **interna** che **esterna**. L'esperto analizza i fabbisogni aziendali, il mercato di riferimento, i trend e i canali di comunicazione, individuando soluzioni ed elaborando strategie e piani di comunicazione in funzione degli obiettivi aziendali. Cura le pubbliche relazioni e l'organizzazione e la gestione di campagne di promozione. Il Tecnico può lavorare sia in agenzie di comunicazione, sia presso gli uffici di comunicazione e marketing di enti o aziende di qualsiasi settore produttivo

UNITÀ DI COMPETENZA

- Organizzazione e gestione di campagne pubblicitarie ●
- Progettazione ed implementazione della strategia comunicativo/promozionale ●
- Organizzazione e gestione di campagne comunicativo/promozionali ●
- Analisi del mercato e delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali ●
- Monitoraggio e valutazione risultati campagna promozionale/pubblicitaria ●
- Key competence digitali ●

300 ORE DI FORMAZIONE



210

ore dad ●



90

ore stage ●

INDENNITÀ DI PARTECIPAZIONE E SEDI



1 € /ORA



STAGE

PARTNER ●
sedi aziende



TEORIA

ITS BACT ●
via Diaz 58 - NA

