

CATALOGO MARPI *Offerta Formativa 2019*

EXECUTIVE MASTER

1. Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa

CORSI PROFESSIONALIZZANTI

1. Corporate Storytelling
2. Misurazione dei risultati della comunicazione
3. Public Affairs e Comunicazione Istituzionale
4. Event Management
5. Media Relations

CORSI BREVI

1. Visual Communication
2. Comunicazione per l'e-commerce
3. Public Speaking
4. Scrivere per i social media
5. Project Management per la Comunicazione
6. Raccontare con le slide
7. La gestione dei collaboratori
8. Corporate Reputation Management
9. Il No positivo
10. La seduzione del reclamo

EXECUTIVE MASTER



1. Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa

Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (XVII edizione) - 2019

Il Master è organizzato da Scuola di Comunicazione IULM in partnership con la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI), l'Associazione Italiana delle agenzie di Relazioni pubbliche a servizio completo (ASSOREL) e con grandi imprese nazionali e internazionali.

Direzione: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Coordinamento: Patrizia Pampurini

Il Master si propone di **ampliare e approfondire le competenze professionali, tecniche e manageriali dei partecipanti** nei settori più importanti e strategici per la specializzazione nella comunicazione e nelle relazioni pubbliche. Il collegamento con la pratica operativa è favorito dalla collaborazione con le aziende partner.

Il Master si rivolge a **professionisti nel settore delle relazioni pubbliche e della comunicazione** che vogliono specializzarsi sviluppando la loro preparazione professionale. Il team di docenti del Master è composto da accademici e professionisti. I primi con variegata esperienza professionale e i secondi con sperimentate competenze di docenza. Il team è integrato da manager chiamati a portare le proprie esperienze maturate in aziende nazionali e internazionali.

In particolare, nel Master viene adottato uno stile di docenza che nasce dalla fusione tra le fondamenta teoriche della professione e la praticità di casi di studio ed esercitazioni. Inoltre, particolare attenzione viene dedicata a stimolare nell'aula interattività e collaborazione con docenti e tutor e una forte proattività individuale e di gruppo.

Programma del corso

Il Master si articola in **15 moduli didattici**, ciascuno dei quali prevede lezioni in aula, presentazioni di casi da parte di professionisti ed esercitazioni. Inoltre, sono previsti seminari di approfondimento su temi specifici.

Moduli	Date
1 I modelli e le strategie di RP per la competitività dell'impresa	1-2 marzo
2 Le strategie di gestione del conflitto e le tecniche di negoziazione	15-16 marzo
3 I modelli e le pratiche di business writing nell'era social	29-30 marzo
4 Il Corporate Storytelling, strategie e strumenti	12-13 aprile
5 La misurazione dei risultati della comunicazione	10-11 maggio
6 Il Public Speaking nei diversi contesti professionali	24-25 maggio
7 Marketing e Brand Communication	7-8 giugno
8 La creazione di valore per l'impresa attraverso la CSR	21-22 giugno
9 Public Affairs e Lobbying	5-6 luglio
10 Social Media Relations	6-7 settembre
11 Internal stakeholder engagement & change management	20-21 settembre
12 Corporate Reputation Management	4-5 ottobre
13 La comunicazione economico-finanziaria	18-19 ottobre
14 Eventi e sponsorizzazioni	8-9 novembre
15 La comunicazione in stato di crisi	22-23 novembre

Costi e Iscrizioni

Costo complessivo: 5.500 euro + IVA Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

CORSI PROFESSIONALIZZANTI

- 
1. Corporate Storytelling
 2. Misurazione dei risultati della comunicazione
 3. Public Affairs e Comunicazione Istituzionale
 4. Event Management
 5. Media Relations

Corporate Storytelling (V edizione): aprile-giugno 2019

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI) in collaborazione con l'Osservatorio sullo Storytelling dell'Università di Pavia e Storyfactory

Direttore scientifico: Emanuele Invernizzi

Direttore didattico: Andrea Fontana

Programma del corso

I quattro moduli sviluppano le classiche macro-aree di intervento di un progetto di Corporate Storytelling: strategia, contenuto, visual design.

Il corso rilascia la certificazione di Corporate Storytelling Specialist, per coloro che frequenteranno l'intero percorso formativo.

1. Il Mindset narrativo, 12 aprile 2019, dalle 9 alle 17

Come si costruisce e scrive un racconto d'impresa

Il modulo intende approfondire le competenze chiave della scrittura narrativa per il Corporate Storytelling, trasferendo in logica laboratoriale i format e le tecniche per creare racconti d'impresa efficaci.

Durante il modulo verranno approfonditi:

- i format fondamentali per costruire un racconto d'impresa;
- le più diffuse e ricorrenti linee narrative usate dalle organizzazioni;
- i grandi temi con cui si governano i racconti organizzativi;
- le modalità con cui si generano emozioni attraverso l'uso mirato di parole e temi chiave;
- le sceneggiature media-specifici (quali modi di scrivere a seconda del canale).

2. Corporate Storytelling, 10 maggio 2019, dalle 9 alle 17

La strategia

Il modulo intende analizzare secondo uno sguardo organizzativo e manageriale i diversi aspetti del Corporate storytelling e della narrazione d'impresa fornendo strategie, metodi e strumenti per costruire racconti significativi finalizzati a potenziare identità aziendali, relazioni commerciali, reputation.

Durante il modulo verranno analizzati:

- i passaggi chiave di un progetto di Corporate Storytelling;
- le fasi di gestione delle attività narrative;
- le competenze chiave necessarie per gestire e sviluppare progetti di Storytelling;
- criticità e soluzioni di un progetto di Storytelling organizzativo;
- le macro-tecniche per costruire racconti d'impresa;
- i metodi e gli strumenti – in logica crossmedia e transmedia – con cui diffondere e far circolare i racconti d'impresa creati.

3. Visual Storytelling, 7 giugno 2019, dalle 9 alle 17

Immaginari visivi e design delle esperienze

Il modulo approfondisce le tecniche del racconto attraverso la dimensione visiva: immagini e video. In particolare, si prenderà in considerazione il difficile compito di costruire immaginari organizzativi che abbiano narrabilità e possano diffondersi.

Durante il modulo verranno presi in considerazione:

- cosa è la dimensione visiva di un racconto;
- come si racconta per immagini e per video;
- come si costruisce un immaginario visivo nel Corporate Storytelling;
- quali sono gli immaginari visivi più diffusi;
- come far interagire immagini, testi e contesti attraverso lo Storytelling.

4. Laboratorio narrativo, 28 giugno 2019, dalle 9 alle 17

Consegna diplomi

Il modulo è un vero e proprio laboratorio esperienziale finale. Durante questo laboratorio narrativo – che vedrà la presenza di tutti e tre i docenti precedenti – i partecipanti attraverso step mirati saranno chiamati a lavorare alla realizzazione di un propria “professional story” per incrementare il proprio personal branding, dimostrando così di aver appreso le tecniche narrative dei moduli precedenti. Questo modulo finale è pensato in logica laboratoriale per permettere a chiunque di comprendere come gli strumenti e i metodi fondamentali di un racconto aziendale oggi passino per una progettazione di contenuti che possa transitare su diversi media.

Durante il modulo si approfondiranno:

- Progettare una Professional Story: processi e strumenti
 1. Concept e worldbuilding: ideare la story;
 2. Stesura della mappa narrativa in logica di personal story;
 3. Platform layout: dalla trama alla progettazione media e dei flussi di esperienza;
 4. Transmedia project: finalizzare il progetto transmediale (su quali piattaforma raccontarsi e come).

Costi e Informazioni

Costo complessivo: 1800 euro + Iva

Inoltre sono previsti degli sconti consistenti per: soci FERPI (30%), soci dell'Osservatorio sullo Storytelling, [partner](#) ed [ex-alunni dell'Executive MARPI](#) (50%)

Per qualsiasi richiesta, scrivere a: master.rpimpresa@iulm.it,

Misurazione dei risultati della comunicazione (IV edizione)

(Modalità blended)

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttore scientifico: Stefania Romenti

Programma del corso

L'obiettivo del corso è quello di approfondire i principi, le tecniche di base e le metodologie per la misurazione dei risultati e la loro applicazione nella misurazione delle attività specialistiche e del valore intangibile creato dalla comunicazione. Verrà illustrato il processo per costruire un piano di misurazione efficace, le tecniche di selezione dei KPIs più adeguati per il proprio piano di misurazione. Verrà dedicato spazio alle tecniche per misurare attività specialistiche della comunicazione, come le relazioni con i media, le attività di comunicazione digitali e la comunicazione interna.

Il corso avverrà in modalità blended. La prima e l'ultima lezione saranno tenute in aula. Alla fine del corso, i partecipanti potranno usufruire di una consulenza personalizzata su un proprio progetto di misurazione. Il progetto va concordato a inizio corso con il Direttore Scientifico.

1. I tre livelli per la misurazione della comunicazione e il processo del Communication Performance Management (8 ore in aula)
 - i passaggi chiave di un progetto di misurazione dei risultati;
 - costruire il piano di misurazione;
 - i livelli di misurazione della comunicazione (formativo, sommativo, rendicontativo);
 - i tipi di KPI esistenti nella misurazione dei risultati della comunicazione;
 - le tecniche di valutazione dell'efficacia e dell'efficienza di un processo;
 - le misure per la valorizzazione economica dei processi di comunicazione;
 - misurare la comunicazione interna (video-lezione a cura di Matteo Barone- Methodos);
 - misurare la reputazione (video-lezione a cura di Reputation Institute);
 - misurare gli intangibili della comunicazione (video-lezione).
2. Principi metodologici di base per la misurazione della comunicazione e la misurazione delle relazioni con i media (online 8 ore)
 - pro e contro dei metodi qualitativi e quantitativi;
 - gli errori più ricorrenti nei questionari di ricerca;
 - come calcolare la grandezza di un campione per la somministrazione di un questionario;
 - calcolare dell'impatto della comunicazione sui KPI di business;
 - isolare gli effetti della comunicazione rispetto ad altri fattori in gioco;
 - l'analisi del contenuto applicata alla misurazione degli strumenti di relazioni pubbliche (video-lezione a cura della prof.ssa Chiara Valentini, Aarhus University, Denmark);
 - misurare le relazioni con i media.
3. Misurare i risultati dei social media (online 8 ore)
 - strumenti e tecniche di audit dei canali digitali aziendali;
 - tecniche di misurazione delle campagne digital;
 - misurare l'engagement online;
 - identificare e segmentare gli online influencer;
 - misurare il digital ROI;
 - misurare le social media relations;

- tools gratuiti e a pagamento per costruire dashboard di social analytics.
4. Big Data, infographics and data visualization per la comunicazione (8 ore in aula)
 - cosa sono i Big Data;
 - importanza e limiti dei Big data per i professionisti di comunicazione;
 - fonti ufficiali e non dei Big Data;
 - Infographics vs Data Visualization;
 - criteri di efficacia della comunicazione per la costruzione di infografiche;
 - errori più ricorrenti per la costruzione di infografiche.
 5. Progetto di misurazione
 - La parte finale del corso consiste in consulenza personalizzata su un progetto di misurazione a scelta del partecipante. Le modalità di fruizione della consulenza e il progetto sono da concordare a inizio corso.

Costi e Iscrizioni

Avvio del corso: il corso sarà avviato a giugno 2019, in data da definirsi.

Costo complessivo: 1.200 euro + IVA

Inoltre sono previsti degli sconti consistenti (fino al 50%) per: soci FERPI, partner ed ex-alunni dell'Executive MARPI.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Public Affairs e Comunicazione Istituzionale (I edizione) 2019

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI) in collaborazione con Agol

Direttori scientifici: Prof.ssa Stefania Romenti e Prof. Stefano Rolando

Coordinatori didattici: Giuseppe Meduri (Direttore Public Affairs Enel) e Pierangelo Fabiano (Agol)

Programma del corso

Il corso sarà suddiviso, in base ai temi fondamentali dei Public Affairs e della Comunicazione istituzionale, in 10 moduli (40 ore). Verrà prestata attenzione alle istituzioni e processi decisionali, fornendo una panoramica sull'inquadramento giuridico, gli elementi di diritto parlamentare, i livelli istituzionali territoriali. L'impronta fortemente professionalizzante del corso la si riscontra già a partire dal secondo modulo, che è stato ideato come un laboratorio di drafting normativo. Il corso introdurrà i partecipanti al tema, di grande attualità, dell'advocacy: processo che mira a dare sostegno pubblico a un'idea, a un modello di comportamento, a una specifica iniziativa. In particolare, verranno affrontati tutti gli argomenti afferenti al lobbismo, analizzando specifici casi, inquadrando le diverse tipologie di lobbying e definendone le nuove frontiere. Grazie all'impronta professionalizzante del corso i partecipanti potranno capire a fondo il ruolo del Position Paper, imparare a definire i gruppi d'interesse e i gruppi di pressione e imparare a gestire lo stakeholder engagement. I partecipanti verranno guidati nell'ideazione, stesura e gestione di un efficace piano di lobbying. Il project work finale (8 ore) metterà infatti alla prova i partecipanti al corso professionale, che saranno impegnati nella redazione di un piano di lobbying, mettendo in pratica quanto appreso durante il corso.

Durata e svolgimento:

- Numero ore complessive del corso: 48 ore in 4 moduli
- Periodo: per informazioni sulle date, contattare la mail del Master master.rpimpresa@iulm.it
- Giorni e orario delle lezioni: il venerdì dalle 9.00 alle 18.00 e il sabato dalle 9.00 alle 13.00

Costi e Iscrizioni

Costo complessivo: €1.900 euro + IVA

Per iscrizioni invia una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Event Management (I edizione) 2019

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI) in collaborazione con Agol

Direttore scientifico: Prof.ssa Stefania Romenti

Coordinatori didattici: Giangiacomo Pierini (Direttore Comunicazione Coca Cola HBC Italia) e Pierangelo Fabiano (Agol)

Programma del corso

L'organizzazione di eventi ha assunto negli ultimi anni un ruolo sempre più importante, passando da attività che impiega semplici tecniche operative a disciplina basata su sofisticate e più specifiche competenze professionali. Il corso sarà costituito da 5 moduli più un project work, per un totale di 48 ore. Durante il primo modulo sarà fornita una panoramica generale dei concetti di marketing e di piano di comunicazione e sarà definito il ruolo che gli eventi ricoprono. Verranno quindi analizzati tutti gli elementi fondamentali nella creazione di un evento: il budget, gli obiettivi, la location, senza trascurare la definizione del piano di comunicazione. Con il modulo "Sponsorship, partnership e fundraising" verranno affrontati gli aspetti finanziari per la creazione dell'evento. Il corso analizzerà il ruolo dell'Ufficio Stampa e delle RP per il successo dell'evento, con un particolare riguardo alle dinamiche Digital & Social utilizzate per amplificare l'eco dell'evento. L'ultimo modulo si concentrerà sulla narrazione, attraverso esempi concreti, delle diverse tipologie di eventi che le aziende possono organizzare. Durante tutto il corso, importanti professionisti metteranno in evidenza attraverso le loro esperienze professionali e case study, la visione e la percezione dell'evento dal punto di vista dell'azienda. Il project work finale vedrà come protagonisti i partecipanti del corso, che dovranno mettere in pratica quanto appreso nei precedenti moduli.

Durata e svolgimento:

- Numero ore complessive del corso: 48 ore in 4 moduli
- Periodo: da definire
- Giorni e orario delle lezioni: il venerdì dalle 9.00 alle 18.00 e il sabato dalle 9.00 alle 13.00

Costi e Iscrizioni

Costo complessivo: €1.900 euro + IVA

Per iscrizioni invia una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Media Relations (I Edizione) 2018

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI) in collaborazione con Agol

Direttore scientifico: Prof.ssa Stefania Romenti

Coordinatori Didattici: Simone Cantagallo (IGT – Lottomatica) e Pierangelo Fabiano (Agol)

Programma del corso

Il corso toccherà i più importanti argomenti delle Media Relations. Dopo una rapida definizione dei fondamenti della comunicazione in generale e nello specifico della realtà aziendale, si passerà alla trattazione e definizione delle Media Relations. Sarà esaminata la funzione trasversale delle Media Relations all'interno di un'organizzazione. Una volta definite le competenze richieste e necessarie all'interno delle MR e gli strumenti di base a supporto, i docenti saranno in grado di definire i confini di una giornata tipo in un ufficio Media Relations. I partecipanti, attraverso la testimonianza di Costanza Esclapon, Direttore Relazioni Esterne del Sole24Ore, Alitalia e Rai; potranno conoscere le strategie e il piano di comunicazione insieme ai diversi strumenti utilizzati dalle aziende nella gestione delle Media Relations, come il comunicato stampa, il position paper, le interviste e la conferenza stampa. Con la testimonianza di Lorenza Dilena, AD Stati Generali, e Luca Greco, AD Affari Italiani, sarà descritta la comunicazione online, sottolineando l'equilibrio tra la versione cartacea e online dei media tradizionali, come cambiano le Media Relations con il giornalismo "diffuso", la definizione dell'organizzazione, dei tempi e dei linguaggi delle Media Relations 2.0. La testimonianza di Luca La Mesa, Chapter Ambassador della Singularity University di Roma permetterà di conoscere meglio i social media e i target di loro riferimento. Ai partecipanti, al fine di facilitare la comprensione degli argomenti discussi, sarà richiesta la partecipazione a tre prove in aula che consisteranno nella stesura di un comunicato stampa in un tempo limitato, un piano di comunicazione press e digital e l'individuazione della modalità e del mezzo migliore per comunicare rispetto ad un caso specifico.

Durata e svolgimento:

- Numero ore complessive del corso: 48 ore in 4 moduli
- Periodo: da definire
- Giorni e orario delle lezioni: il venerdì dalle 9.00 alle 18.00 e il sabato dalle 9.00 alle 13.00

Costi e Iscrizioni

Costo complessivo: €1.900 euro + IVA

Per iscrizioni invia una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

CORSI BREVI

- 
1. Visual Communication
 2. Comunicazione per l'e-commerce
 3. Public Speaking
 4. Scrivere per i social media
 5. Project Management per la comunicazione
 6. Raccontare con le slide
 7. La gestione dei collaboratori
 8. Corporate Reputation Management
 9. Il NO positivo
 10. La seduzione del reclamo

Visual Communication

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Viola Giacometti, *Storyfactory*

Programma del corso

Il corso si propone di sviluppare le competenze di comunicazione visiva, focalizzandosi su due aree di formazione: le modalità di costruzione di un racconto visivo; le strategie e le tecniche di comunicazione di visiva. Nel primo caso l'obiettivo è quello di fornire principi teorici e metodi di progettazione strategica della narrazione visiva. Nel secondo caso, l'obiettivo è formare i partecipanti sulle principali tecniche e strumenti di visualizzazione di dati, come per esempio l'uso delle infografiche.

Il corso pertanto si compone di due parti, in cui il confronto teorico sarà integrato con sperimentazioni ed esercitazioni pratiche, in modo da arricchire la cassetta degli attrezzi dei professionisti.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 9 maggio 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Comunicazione per l'e-commerce

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Enrico Fantaguzzi, *Paul & Shark*

Programma del corso

Il corso si propone di formare i partecipanti sulla gestione della comunicazione finalizzata ai processi di vendita attraverso piattaforme digitali.

Nello specifico il corso si propone di affrontare i seguenti argomenti:

- L'impostazione di un piano di comunicazione a supporto di un'attività di e-commerce
- Le strategie di comunicazione a pagamento a supporto dell'attività di e-commerce
- La gestione della Communication Automation e del funnel omnicanale
- Gli strumenti e le piattaforme digitali per sviluppare strategie di e-commerce

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 23 maggio 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Public Speaking

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Daniela Bregantin, *professional coach*

Programma del corso

Il corso si rivolge a tutti coloro – manager, specialisti di relazioni pubbliche e politici – che possedendo già conoscenze di base dei principi del public speaking e dovendo per ruolo fare presentazioni in contesti e occasioni diverse (discorsi, videoconferenze, interviste televisive, conferenza stampa, simposio, dibattito) desiderino acquisire tecniche e strumenti per gestire al meglio le varie situazioni comunicative che l'esercizio del ruolo richiede loro.

Il corso affianca a momenti teorici una intensa sperimentazione pratica. L'utilizzo della videocamera consente di aumentare il grado di consapevolezza circa le strategie comunicative utilizzate e di definire quali siano i punti di forza di ogni partecipante e gli aspetti da monitorare e/o sviluppare.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 6 giugno 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Scrivere per i social media

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Alessandro Lucchini , *Palestra della Scrittura*

Programma del corso

Il corso si rivolge ai professionisti della comunicazione che desiderano approfondire le proprie competenze di scrittura social. I social media hanno già trasformato il modo di vivere delle persone. Lo stanno facendo anche con le grandi organizzazioni, pubbliche e private, che però si dibattono in un dilemma: solo nuova vetrina o davvero strumento di business?

L'obiettivo del corso è quello di far sperimentare ai partecipanti, attraverso momenti di confronto ed esercitazioni concrete quanto la scrittura social possa incidere nel costruire, alimentare, mettere a frutto le relazioni. Le principali tematiche affrontate saranno i nuovi capisaldi per scrivere sui social, cioè semplicità, efficacia, immediatezza, vicinanza, condivisione e viralizzazione. La relazione che si instaura nell'ambiente digitale presuppone infatti vicinanza e simmetria tra le parti; la scrittura fa condividere informazioni utili a creare *goodwill*, ossia consenso, atteggiamento e tono favorevoli.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 13 giugno 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Project Management per la comunicazione

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Matteo Barone, *Methods*

Programma del corso

Il corso intende sviluppare competenze di gestione strategica e manageriale delle fasi di impostazione, organizzazione e controllo di un piano di comunicazione.

Nello specifico il corso si focalizzerà sui seguenti aspetti:

- Principi di gestione del progetto di comunicazione
- Il ruolo del Communication Project Manager
- Strategie e strumenti per pianificare un progetto di comunicazione
- La mappatura degli stakeholder di progetto
- La funzione della delega
- L'utilizzo del feedback
- Misurare l'efficienza organizzativa e il valore generato dal progetto

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 20 giugno 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Raccontare con le slide

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Alessandro Lucchini, *Palestra della Scrittura*

Programma del corso

Storytelling, narrative approach, metafore, connotazione. Molte le definizioni di questo tipo di scrittura, centrato sul potere seduttivo delle storie, finalizzato a documenti quali company profile, case study, relazioni, monografie, brochure, e soprattutto presentazioni a slide, autoesplicative (inviata via mail) o presentate di persona.

Il corso dimostra che le tecniche narrative offrono più vantaggi rispetto a quelle descrittive: amplificano il significato, aggiungendo o evocando sfumature; possono mettere in primo piano alcuni aspetti e relegarne altri sullo sfondo; rendono tangibili concetti astratti, creando nuove esperienze; parlano alla sfera conscia attraverso quella inconscia, più sensibile e reattiva; stimolano emozioni, riflessioni, nuove idee, e generano azioni; aumentano la piacevolezza del messaggio, che sotto forma di storia può essere letto, riletto, reinterpretato da angolazioni diverse e, infine, condiviso.

Principali argomenti trattati:

- Il valore dei messaggi diretti e dei messaggi indiretti; i due registri del linguaggio, denotativo e connotativo; alternanza di semplicità/immediatezza e vaghezza/seduzione;
- Gli attrezzi narrativi;
- La narrazione dei numeri (grafici, tabelle, dati, quantità, proporzioni...);
- Aneddoti, esempi, metafore, storie simboliche: gli ingredienti della ristrutturazione;
- Titoli narrativi: come evocare curiosità e benessere fin dal titolo, predisponendo l'audience ad aprire la mente e il cuore. (es. da "La mia casa" a "Dove ho più pianto e più goduto"; da "L'accessibilità dei siti web" a "Home sweet home");
- Esercitazioni: scrittura/riscrittura di slide presentation in chiave narrativa.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 12 settembre 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

La gestione dei collaboratori

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Daniela Bregantin, *professional coach*

Programma del corso

Compito di chi riveste funzioni manageriali è quello di realizzare gli obiettivi organizzativi col vitale contributo delle persone che riportano a lui. Il laboratorio formativo si pone l'obiettivo di fornire stimoli di natura teorica e strumenti concreti per ingaggiare, coinvolgere e motivare le proprie persone.

Il corso adotta strumenti formativi di natura eminentemente attiva. I momenti teorici saranno funzionali alla sperimentazione e all'acquisizione, attraverso role playing, esercitazioni, analisi di casi aziendali, di nuove modalità di approccio e di comportamento in relazione ai temi trattati. Lo sforzo costante dell'intervento formativo sarà quello di rendere i modelli teorici facilmente declinabili e coniugabili con l'esperienza organizzativa.

Principali temi trattati:

LA SERVANT-LEADERSHIP:

- Il modello della Servant leadership;
- La piramide rovesciata;
- Il modello S.E.R.V.I.;
- Scruta il futuro
- Effettua le scelte giuste, fai crescere le persone;
- Rinnova sempre;
- Valuta sia i risultati sia le relazioni;
- Incarna i valori in cui credi.

COME "SERVIRE" LE PERSONE:

- Aiutare le persone a riconoscere i propri talenti;
- Dare informazioni promuovendo il sensemaking;
- Attribuire responsabilità;
- Dalla regola all'obiettivo;
- La delega;
- Perché, come, cosa, quando, a chi delegare.

GLI STRUMENTI:

- La leadership situazionale;
- Il feedback;
- Il coaching.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 26 settembre 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Corporate Reputation Management

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI) in collaborazione con Reputation Institute Italia

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docenti: Fabio Ventoruzzo, Reputation Institute Italia

Programma del corso

La gestione della reputazione rappresenta una dimensione sempre più importante per il successo dell'impresa. Una buona reputazione aumenta infatti le opportunità di business e genera valore per l'impresa. Per i manager e per i professionisti è arrivato il momento di acquisire le conoscenze per gestire al meglio gli "asset reputazionali".

Il corso, organizzato in collaborazione con Reputation Institute Italia, fornirà ai partecipanti le tecniche e gli strumenti necessari per costruire e mantenere una reputazione positiva.

Il corso si rivolge ai professionisti della comunicazione d'impresa e delle relazioni pubbliche che desiderano ampliare e approfondire le proprie competenze nell'ambito del reputation management. La lezione sarà incentrata sulla presentazione di metodologie, sulla discussione di case study e su esercitazioni pratiche. L'obiettivo del corso è di approfondire il concetto di reputazione aziendale e di spiegare, attraverso l'analisi di best practices, come costruirla e rafforzarla nel tempo.

I principali temi affrontati saranno:

- i principi base del Reputation Management;
- le tecniche di misurazione della reputazione aziendale;
- la segmentazione degli stakeholder e l'analisi delle loro aspettative;
- le strategie per trasformare i dipendenti in Reputation Ambassadors;
- la gestione delle crisi e dei rischi legati alla reputazione.

Ulteriori informazioni

Orario delle lezioni: 4 ottobre 2019 dalle 9 alle 18 – 5 ottobre 2019 dalle 9 alle 13

Monte ore complessivo: 12

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 600 euro + IVA

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

Come utilizzare il “No” positivo

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Alessandro Lucchini, *Palestra della Scrittura*

Programma del corso

Imparare a dire dei “buoni no”, specifici e contestualizzati, al servizio di un “sì” più alto; saper evitare le trappole dell'acquiescenza, o dell'attacco, o dell'astensione, sfruttando le doti del “no positivo”; anche quando il contenuto della comunicazione è negativo, mantenere una buona relazione con l'interlocutore.

Principali temi proposti:

- Se, quando, come e perché conviene imparare a dire no;
- Un no profondo e coraggioso è meglio di un sì superficiale e sfuggente;
- Le tre fasi del no: prima, durante, dopo;
- Prima del no: come prepararlo;
- Durante il no: come esprimerlo;
- Dopo il no: come mantenerlo;
- La punteggiatura del “no positivo”: esclamazione, negazione, interrogazione;
- Dire di no senza dire “no”;
- Negoziare, persuadere, convincere, affermare, domandare;
- Slacciare la catena dei no, allacciare la catena dei sì;
- Esercitazioni di dialogo - parlato, scritto, telefonico - con il “no positivo”;
- Destinatari: project manager, commerciali, manager, capi, addetti alle relazioni esterne/interne, personale di contatto.

Attività d'aula: esercitazioni pratiche, confronto, case history, sistemazione teorica.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 24 ottobre 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it

La seduzione del reclamo

Organizzato dall'Executive Master in Relazioni Pubbliche d'Impresa (MARPI)

Direttori scientifici: Emanuele Invernizzi, Stefania Romenti

Docente: Alessandro Lucchini , *Palestra della Scrittura*

Programma del corso

Rivisitare il concetto di reclamo per viverlo in modo positivo, guadagnando in efficacia professionale e stato d'animo personale. Approfondire gli aspetti emotivi della relazione con il cliente nei momenti di difficoltà. Comprimerne le potenzialità strategiche e attuare azioni congruenti per mantenere una relazione sana e solida con i clienti (esterni e interni), salvaguardando il benessere personale.

Principali temi proposti:

- Analisi dei fattori scatenanti;
- Analisi delle dinamiche del contrasto: l'emotività a due vie;
- Perché gestire un reclamo? Motivazioni commerciali, aziendali e individuali;
- Come gestire un reclamo? Il recupero: il vantaggio per chi lo gestisce;
- Le tecniche relazionali: i canali di accesso dell'interlocutore (metodo CRG);
- L'ascolto, il linguaggio, le domande;
- Le tecniche negoziali: la seduzione, le carezze, le attenzioni, il concetto del regalo;
- Escalation e descalation;
- I pregiudizi: come identificarli nell'interlocutore e come prevenire i nostri;
- Il senso di colpa: come affrontarlo e superarlo;
- I pericoli in agguato: le bugie, il tooth spinach effect, l'antilingua;
- La coerenza: cura del seguito;
- La gerarchia del reclamo: quando un reclamo verbale diventa scritto;
- Il non verbale nella scrittura;
- Il reclamo in rete: pericoli e opportunità.

Ulteriori informazioni

Avvio del corso: 14 novembre 2019

Orario delle lezioni: dalle 9 alle 18

Monte ore complessivo: 8

Costi e iscrizioni

Costo complessivo: 400 euro + IVA per gli esterni e 200 euro + IVA per chi sta frequentando o ha frequentato il Master in RP d'Impresa.

Per iscrizioni inviare una mail a: master.rpimpresa@iulm.it