

## IAL LOMBARDIA – CATALOGO COMMERCIALE

TITOLO DEL CORSO	
Area tematica	Comunicazione
Durata in ore	30
Livello	EQF 4 - intermedio
Data inizio	
Data fine	
Numero partecipanti	Min. 7                      Max. 20
Quota iscrizione	Voucher di euro 1.500,00
Obiettivi	Le finalità generali dell'azione sono individuate nel: fornire conoscenze ed abilità necessarie atte a favorire la diffusione e la condivisione del sapere aziendale; individuare strategie di marketing e comunicazione; scegliere gli strumenti più appropriati attraverso cui veicolare i messaggi; migliorare il dialogo all'interno del proprio team di lavoro, valorizzare l'orientamento al cliente; gestire i conflitti; misurare l'efficacia delle azioni di comunicazione rivolte alla clientela.
Contenuti e unità formative	<p>Unità Formativa 1 : Comunicazione d'impresa della durata di 14 ore</p> <p>Tecniche e strumenti di comunicazione</p> <p>La comunicazione integrata come leva strategica per aumentare la visibilità sul mercato</p> <p>Corporate Design e Corporate Language: i mezzi di comunicazione</p> <p>Unità Formativa 2 : Il marketing aziendale della durata di ore 16</p> <p>Pianificare l'attività di comunicazione: il piano di azione operativo</p> <p>Strategie e tecniche di marketing: comunicare con successo</p> <p>Customer experience: come gestire clienti differenti in maniera personalizzata: comunicare, vendere, negoziare, gestire i conflitti</p>
Metodologie e strumenti	Fad sincrona
Certificazione in uscita	Attestazione delle competenze
Destinatari	Il percorso formativo è rivolto ai dipendenti di aziende che sono

	<p>interessate/i allo sviluppo di linguaggi, costrutti, modalità e sistemi di comunicazione interna tra e nei gruppi di lavoro,</p> <p>migliorando anche le relazioni sul posto di lavoro e di comunicazione rivolta al pubblico e alle strutture esterne all'azienda.</p>
<b>Requisiti in ingresso</b>	<p>I/la partecipante al corso deve aver maturato conoscenze nell'ambito della comunicazione aziendale, acquisite in ambito lavorativo preferibilmente in aree consone agli argomenti trattati come settori riconducibili alla comunicazione, al marketing, al project management, alle vendite, alle risorse umane. Qualora l'ambito lavorativo di riferimento non fosse in linea a quanto sopra descritto, ma ci siano esigenze aziendali e strategiche che puntano ad una riqualificazione del proprio personale verso le tecniche di comunicazione interna ed esterna, le competenze in ingresso rimangono comunque quelle sopra descritte, che possono essere state acquisite attraverso gli studi effettuati o in ambiti diversi da quello lavorativo.</p>
<b>Docente/i</b>	
<b>Persona di contatto</b>	Guardamagna Barbara
<b>Altre informazioni</b>	