

**Corso di Formazione:**

“***Comunicare il sociale: dall’Ufficio Stampa, al comunicato -stampa, all’uso evoluto del web. Laboratorio teorico-pratico”.***

***Roma, 27-28 febbraio 2014.***

***CORSO A NUMERO CHIUSO: PREFERENZE IN ORDINE CRONOLOGICO D’ISCRIZIONE.***

|  |  |
| --- | --- |
| ***Programma dei lavori:: 27 febbraio 2014***  Registrazione dei partecipanti al corso *dalle 10:00 alle 10:30*  Mattina *dalle 10:00 alle 13:00*  Pausa pranzo *dalle 13:00 alle 14:00*  Pomeriggio *dalle 14:00 alle 18:00* | ***28 febbraio 2014***  Mattina *dalle 09:00 alle 13:00*  Pausa pranzo *dalle 13:00 alle 14:00*  Pomeriggio *dalle 14:00 alle 17:00* |

**Giovedì mattina**

***Presentazione del corso e dei partecipanti, laboratorio***

***Teoria e pratica: cenni di Sociologia della Comunicazione oggi, e sua evoluzione storica.***

*Il Sistema della comunicazione in Italia. I diversi strumenti. Il ruolo della proprietà.*

*Comunicare il sociale e la solidarietà nel 2014.*

***Il comunicato stampa***

*Come si scrive un comunicato stampa*

*Il perché (le motivazioni): messaggio, la notizia, le 5 W, stile del linguaggio, testo, formattazione*

*La struttura multimediale: foto, video, documenti, articolo, intervista, allegati*

*Identificare il gruppo di riferimento obiettivo e i destinatari: a chi inviarlo, la costruzione di una mailing list. Le principali piattaforme online.*

*Il recall telefonico: conoscere le Redazioni*

*L’importanza dell’agenda personale e dei contatti. Come costruirla.*

*La Rassegna Stampa*

*Esercitazioni e laboratorio creativo.*

**Giovedì pomeriggio**

 ***Gli strumenti tecnici dell’Ufficio Stampa e il web***

*Gli strumenti tradizionali e quelli nuovi presenti con l’avvento di Internet*

*Il sito web e la sua gestione*

*Parole-chiave e tecniche di indicizzazione: SEO, i motori di ricerca (Google), suggerimenti su come aumentare l’indicizzazione sui motori*

*L’importanza di database, archivi di foto, video, contatti, collaboratori, link, articoli …*

*Analisi dei siti più cliccati in Italia*

***L’uso dei social media network: Facebook, Twitter, …***

*Cenni su strategie e progettazione*

*Esercitazioni e laboratorio*

**Venerdì mattina**

 ***La Comunicazione***

*La strategia di comunicazione*

*Progettare: obiettivi, strategie, tattiche e risultati. Esempi concreti.*

*Organizzare un Ufficio stampa*

*Le fasi concrete di lavorazione, esempi concreti.*

 ***Come costruire una campagna di sensibilizzazione e/o raccolta fondi***

*Il piano di Comunicazione: obiettivi, strategie, azioni e risultati.*

*Esempi di campagne concrete realizzate da Cipsi.*

*Esercitazioni e laboratorio creativo con proposte dei partecipanti.*

**Venerdì pomeriggio**

*** Il posizionamento di un sito, una rivista, ecc.: esercitazione di come si realizza un posizionamento.***

 ***Le altre attività dell’addetto stampa***

*Suggerimenti su ricerca e possibili inserimenti lavorativi, stages …*

*Le altre attività degli addetti stampa nelle organizzazioni e associazioni onlus*

*Comunicazione e promozione delle iniziative*

*La differenza tra pubblicità e ufficio stampa*

*I Siti per i free-lance: azioni concrete*

*Deontologia professionale: Incontro con una professionista giornalista*

*Conclusioni e contatti*

*Il corso rilascia un attestato di partecipazione*

*Nella quota del corso sono compresi i materiali, compresi quelli per le esercitazioni, e una bibliografia multimediale.*

***Docente: Dr. Nicola Perrone, sociologo della Comunicazione, responsabile Ufficio Stampa Cipsi e Vice-Direttore della rivista Solidarietà internazionale.***

**La scadenza per le iscrizioni è fissata per il 25 febbraio 2014. Il costo del corso è di Euro 100 per associazioni Cipsi e studenti; euro 150 per tutti gli altri.**

***Segreteria del corso***

**CIPSI** – Coordinamento di Iniziative Popolari di Solidarietà Internazionale

Via Colossi, 53 – 00146 ROMA - **Tel:** 06/541.48.94 – **Fax:** 06/59.60.05.33 - **e-mail:** cipsi@cipsi.it formazione@cipsi.it