

I nuovi strumenti della comunicazione

Durata

2 giornate aula

Obiettivi

Le forme di comunicazione nel mondo professionale sono in rapida evoluzione. Il corso propone un approfondimento sugli strumenti che si fanno strada nel panorama di una comunicazione integrata e multimediale.

E' sempre più urgente che la conoscenza dei nuovi strumenti sia una competenza ampiamente diffusa a tutti i livelli operativi della struttura, per rispondere in modo tempestivo ed efficace alle problematiche interne e per gestire al meglio la relazione con l'utente.

Destinatari

Coordinatori e operatori

Programma

Programma

Rivoluzione digitale

Rivoluzione digitale

- Convergenza
- Interattività
- Una moltitudine di attori nuovi e tradizionali

Nuovi modelli di comunicazione e di accesso

Nuovi modelli di comunicazione e di accesso

- Messaggio e mercato
- **Rinnova i paradigmi del "Trading Process"**
- Il canale digitale
- Utenti Internet in Italia
- Gli utenti Internet livello di istruzione ed età

Web

- Settori di provenienza delle aziende con sito Web
- Da dove accedono gli utenti
- Fonti utili sui dati di mercato di Internet
- **Gli effetti dell'uso di Internet**
- Dal Broadcasting al Pluricasting

Misurazione del mezzo di comunicazione

- I sistemi di misurazione
- Site Centric
- Consumer Centric
- I sistemi di misurazione sul nuovo media **"promettono"**
- AudiWeb
- Il report
- **Limiti all'utilizzo di Internet**
- I limiti dell'interattività