

Stato corso: Pubblicato

**CORSO A CATALOGO - 2013 - Corso ID: 11437 - Addetto stampa e comunicazione
 Strumenti e strategie innovative per la comunicazione aziendale integrata**
Dati principali

ID Odf:	5135
Nome organismo:	Centro Professionale Europeo Leonardo
Tipo organismo:	Odf accreditato o Agenzie abilitate
ID Corso:	11437
Titolo corso:	Addetto stampa e comunicazione Strumenti e strategie innovative per la comunicazione aziendale integrata
Tipologia corso:	Corsi di specializzazione
Link web dettaglio Master:	(Non compilato)
Master di 1° livello o 2° livello:	(Non compilato)
Indirizzo del Master:	(Non compilato)
Area settoriale	TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE
Area Tematica:	Comunicazione
Obiettivi formativi:	<p>Il corso, sotto la supervisione dell'Ordine dei Giornalisti della Sardegna, si pone l'obiettivo di fornire tutte le competenze necessarie per adeguare i professionisti e gli addetti del mondo della comunicazione e dell'informazione allo stato dell'arte, avvalendosi dell'esperienza diretta di giornalisti professionisti e di operatori del settore.</p> <p>La proposta formativa nasce dall'esigenza di coniugare in una professionalità ad ampio spettro la capacità di condividere, gestire e collegare le informazioni attraverso una molteplicità di media, seguendo il processo globale di produzione dell'informazione in diversi ambiti.</p>
Risultati attesi:	<p>L'obiettivo è quello di formare una figura ibrida e multitasking, in possesso di una visione globale delle strategie di intervento per la comunicazione integrata d'impresa, con gli strumenti essenziali per tenersi aggiornato sullo stato dell'arte, così da poter sia gestire in autonomia l'ufficio stampa e comunicazione di una piccola o media impresa, sia coordinare un progetto comunicativo in team in realtà aziendali di maggiori dimensioni o specializzate nel settore.</p> <p>Sarà dunque in grado di elaborare piani di comunicazione integrata e progetti di immagine coordinata, di pianificare e organizzare eventi e conferenze stampa, di gestire a livello avanzato la comunicazione e il marketing attraverso il web 2.0 e i social media.</p> <p>Sarà in possesso di competenze sufficienti a coordinare altre specifiche professionalità, e a gestire con un certo grado di autonomia microprogetti di comunicazione multimediale.</p> <p>Resta tuttavia ferma la centralità delle competenze testuali e redazionali, con specifico riferimento alle competenze avanzate di content management e di web writing, che continuano a rappresentare il vero punto di forza di una professionalità spendibile in un settore che sta "riscoprendo" la centralità del testo e nel quale le competenze più squisitamente "informatiche" hanno spesso oscurato la necessità di competenze redazionali di qualità.</p>
Fabbisogni formativi:	<p>Assumiamo come riferimento specifico le manifestazioni di fabbisogno formativo espresse dalla rete dei partners progettuali (tra i quali sono presenti le più dinamiche agenzie di comunicazione dell'Isola e imprese tra le più attive sul fronte della comunicazione esterna e della comunicazione sociale).</p> <p>L'evoluzione nell'ultimo decennio della figura professionale dell'"addetto stampa" richiede senza dubbio un aggiornamento delle competenze tradizionalmente associate a tale figura: quel che serve oggi è un profilo professionale versatile, adeguato all'evoluzione delle tecnologie e dei servizi online, con conoscenze specifiche in materia di marketing e social marketing, capace di adattarsi alla crescente complessità dei compiti oggi richiesti.</p> <p>Risultano ancora poco diffuse le competenze indispensabili alla scrittura per il web o per i social media. La figura professionale in uscita deve essere in grado di utilizzare con sicurezza un'ampia gamma di strumenti informativi e comunicativi. Il paradigma della complessità e del cambiamento richiede un'integrazione delle competenze di base, un aggiornamento delle competenze professionali e soprattutto l'implementazione di adeguati strumenti metacognitivi che garantiscano</p>

alla formazione acquisita la possibilità di "sopravvivere" al cambiamento e di costituire il tassello di un più ampio processo di Life long learning.

Spendibilità in termini di occupabilità:

Il profilo in uscita risponde bene in termini di occupabilità: il segmento della comunicazione aziendale regge la crisi; il mobile advertising è ancora agli esordi, soprattutto in Italia, ma è quello che certamente riserverà i tassi di crescita maggiori. Le azioni di formazione qualificata sono un input strategico per il settore, sempre più alla ricerca di profili ibridi. Il corso offre molteplici possibilità di inserimento lavorativo perché risponde alle esigenze delle agenzie specializzate ma anche, allo stesso tempo, delle aziende di qualunque settore. L'ampia rete di aziende partner rappresenta sotto questo profilo un punto di forza (la conoscenza diretta del candidato attraverso lo stage e il rapporto di fiducia che ne deriva sono comunemente riconosciuti quali elementi rilevanti ai fini dell'occupabilità).

Innovatività:

La figura in uscita, dotata di un alto livello di innovatività rispetto alle tendenze di sviluppo economico e tecnologico del settore, rappresenta un profilo professionale versatile, in possesso di competenze trasversali e interoperabili, capace di applicare strategie metacognitive alle costanti necessità di aggiornamento, lettura dei trends, evoluzione professionale, intervenendo con competenze qualificate nell'ambito della comunicazione integrata d'impresa, della comunicazione istituzionale, della comunicazione organizzativa, della comunicazione commerciale.

Follow up:

È prevista l'applicazione di una gamma di strumenti di monitoraggio in ingresso, in itinere e in uscita, a partire dal modulo didattico "Orientamento e bilancio delle competenze" affidato a un psicologo dell'orientamento. Le attività in presenza saranno integrate da supporto e follow-up online, con la creazione di un portfolio delle competenze aggiornato lungo la durata dell'intervento formativo, sulla piattaforma "Il laboratorio di Leonardo" (<http://www.formazione.cpeleonardo.it>). Tramite il forum messo a disposizione sulla piattaforma e una serie di audit in presenza e a distanza verrà effettuato un follow up nei 12 mesi successivi alla conclusione del corso, per la valutazione dell'impatto cognitivo, metacognitivo e professionalizzante. La valorizzazione dei prodotti e dei risultati del corso sarà oggetto di un convegno tematico finale.

Innovatività metodologie formative:

L'approccio metodologico costituisce la caratteristica innovativa più forte, in quanto ci si rivolge a un'utenza cui non è sufficiente "trasmettere" conoscenze: è invece necessario sviluppare competenze tecniche, gestionali e manageriali. Verranno perciò privilegiate modalità di apprendimento attive e cooperative con la presentazione di compiti autentici e case studies. La maggior parte delle attività d'aula si svolgerà in laboratorio multimediale, con l'ausilio della LIM, di tutti i software necessari e della connessione a banda larga. Ai corsisti verrà fornito un kit didattico e un'ampia bibliografia allo stato dell'arte.

È prevista forte circolarità fra attività d'aula e attività di stage, con un "rientro" in aula al termine dello stage. La valorizzazione dei prodotti e dei risultati del corso sarà oggetto di un convegno tematico finale.

Si ricorrerà a una piattaforma online di supporto didattico («Laboratorio di Leonardo», all'URL <http://formazione.cpeleonardo.it>), con strumenti di informazione, comunicazione, condivisione, monitoraggio, follow-up e coaching. La piattaforma, già ampiamente sperimentata ma tuttora unica nel panorama della formazione professionale in Sardegna, costituisce uno strumento prezioso per rinforzare il coordinamento tra docenti, la coerenza dell'intervento didattico, le possibilità di approfondimento. In parallelo, si garantirà l'accesso a una piattaforma dedicata per esercitazioni nell'uso di un CMS e la simulazione di una redazione online.

Modalità di valutazione competenze in uscita:

Al termine di ogni modulo sono previste verifiche dell'acquisizione delle competenze, attraverso la somministrazione di test, elaborati tematici, case studies, role play e simulazioni operative, in ragione delle esigenze pratiche legate alle dinamiche degli uffici stampa e comunicazione. La valutazione delle competenze in uscita al termine del percorso formativo sarà affidata a una commissione composta da docenti del corso ed esperti di settore, che terrà conto a) del portfolio delle competenze; b) dei risultati delle valutazioni in itinere; c) della relazione di stage/project work prodotta dal candidato; d) della relazione di stage prodotta dal tutor aziendale; e) di una prova pratica conclusiva, computer-based; f) di un colloquio orale.

A chi avrà frequentato almeno il 70% delle ore complessive sarà rilasciata un'attestazione di frequenza con indicazione analitica delle competenze acquisite (cfr. infra).

Settori:

- Attività artistiche, sportive, di intrattenimento e divertimento > Attività creative, artistiche e di intrattenimento
- Noleggio, agenzie di viaggio, servizio di supporto alle imprese > Attività di supporto per le funzioni d'ufficio e altri servizi di supporto alle imprese
- Attività professionali, scientifiche e tecniche > Pubblicità e ricerche di mercato
- Attività professionali, scientifiche e tecniche > Altre attività professionali, scientifiche e tecniche > Attività di design specializzate

- Attività professionali, scientifiche e tecniche > Altre attività professionali, scientifiche e tecniche > Attività fotografiche
- Attività professionali, scientifiche e tecniche > Altre attività professionali, scientifiche e tecniche > Altre attività professionali, scientifiche e tecniche NCA
- Servizi di informazione e comunicazione > Attività editoriali
- Servizi di informazione e comunicazione > Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore
- Servizi di informazione e comunicazione > Produzione di software, consulenza informatica e attività connesse
- Servizi di informazione e comunicazione > Attività dei servizi d'informazione e altri servizi informatici
- Attività manifatturiere > Stampa e riproduzione di supporti registrati > Stampa e servizi connessi alla stampa

Coordinamento interno progetto:

Nome	Cognome	Ruolo	Dettaglio attività	Telefono	Email
Gianfranco	Lai	Coordinatore	Coordinamento del corso	0703839082	direzione@cpeleonardo.it
Paolo	Meloni	Tutor	Tutoring d'aula e online. Organizzazione dello stage/project work.	0703839082	altaformazione@cpeleonardo.it
Alessio	Sanna	Altro (escluso docenti/testimoni)	Monitoraggio fisico-finanziario e rendicontazione	0703839082	monitoraggio@cpeleonardo.it
Roberto	Carta	Segreteria organizzativa	Segreteria organizzativa.	0703839082	segreteria1@cpeleonardo.it

Informazioni titolo di studio

Titolo di studio minimo in ingresso:	Diploma di maturità e scuola superiore
Gruppo corsi laurea:	(Non compilato)
Altri requisiti di accesso:	Saranno considerati requisiti preferenziali l'iscrizione all'Albo Regionale dei Giornalisti (elenco professionisti, praticanti e pubblicisti), l'esperienza pregressa nel settore, la laurea triennale o specialistica in discipline affini al settore. Sono richieste come requisiti di accesso competenze di base nell'uso delle TIC (Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione) e delle TSI (Tecnologie della società dell'informazione). La verifica delle competenze in ingresso avrà luogo prima dell'avvio delle attività. Si terrà conto di una valutazione comparativa dei curriculum dei candidati.
Tipologia destinatari:	<ul style="list-style-type: none"> - Occupati diplomati - Occupati laureati - Disoccupati laureati - Soggetti in CIG diplomati - Soggetti in CIG laureati - Soggetti in mobilità diplomati - Soggetti in mobilità laureati

Altre informazioni

Costo di iscrizione per partecipante (euro):	6.000,00
Durata in:	Ore
Durata totale corso (in	420

ore):	
Ore attività formazione in aula:	276
Ore attività FAD:	(Non compilato)
Ore attività Outdoor:	(Non compilato)
Ore attività stage/project work:	120
Ore attività visite guidate:	24
Ore attività studio individuale:	(Non compilato)
Contenuti FAD:	(Non compilato)
Specifiche tecniche attività FAD:	(Non compilato)
Presenza Tutor per l'attività di FAD:	(Non compilato)
Note sulle attività previste:	Sono previste visite guidate presso uffici stampa e comunicazione di diverse realtà aziendali, e la partecipazione operativa a eventi organizzati dai partner. Lo stage verrà effettuato presso le aziende partner, attori particolarmente significativi del mondo dell'informazione e della comunicazione d'impresa. Le attività di stage saranno seguite da un "rientro" in aula, per consentire una circolarità sinergica del processo di apprendimento.
Ore totali docenze fascia A:	120
Attestazione al termine del corso:	Attestato di frequenza
Note attestazione:	Nell'attestazione finale verrà indicata la percentuale di frequenza alle attività d'aula e di stage, la sede operativa in cui è stato effettuato lo stage, le competenze acquisite. L'attestato riporterà in forma analitica i dati sulla frequenza (numero ore di formazione in aula, numero ore di visite guidate, numero ore di stage/project work).
Verifica delle competenze in ingresso:	Si
Prove selettive ulteriori:	No
Parte dell'attività svolta all'estero o altra regione:	No
Tipologia attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)
Durata dell'attività svolta all'estero o altra regione (in ore):	(Non compilato)
Di cui ore di formazione in aula:	(Non compilato)
Motivazione dell'attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)
Sede/i dell'attività svolta all'estero o altra regione:	(Non compilato)

Moduli didattici - Num. moduli: 13

Titolo modulo:	Psicologia e sociologia della comunicazione
Contenuto:	Il concetto di informazione La teoria matematica dell'informazione La comunicazione interpersonale

La comunicazione di massa: storia dei media e mutamento sociale.
 La comunicazione mediata dal computer: costruzione dell'identità on line; comunità virtuali; reti, politica e sfera pubblica.
 I media come agenzie di socializzazione
 Comunicazione e costruzione sociale della realtà
 Rappresentazioni dei media e aspettative sociali

Durata:

Ore 20

Modalità formativa:

FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte:

Discussione guidata, task based learning, cooperative learning

Testimoni aziendali :

- Silvia Macis Fascia: B
 - Sergio Stagno Fascia: B

Titolo modulo:

Comunicazione integrata d'impresa

Contenuto:

La comunicazione del brand o del prodotto
 Elaborazione di piani di comunicazione integrata
 Progettazione di immagine coordinata

Durata:

Ore 24

Modalità formativa:

FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte:

Task based learning

Testimoni aziendali :

- Gian Luca Melis Fascia: B

Titolo modulo:

Strumenti essenziali dell'ufficio stampa

Contenuto:

Funzioni dell'ufficio stampa e comunicazione
 Ruolo dell'addetto stampa e comunicazione
 Il comunicato stampa e il lancio d'agenzia
 La rassegna stampa
 La cartella stampa
 La mailing list

Durata:

Ore 40

Modalità formativa:

FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte:

Task based learning

Testimoni aziendali :

- Giovanna Frongia Fascia: B
 - Tania Murenu Fascia: B

Titolo modulo:

Comunicazione web

Contenuto:

Gestione dei siti web
 Web copywriting
 Usabilità e accessibilità
 Web analytics
 Web marketing
 Social media marketing
 Video marketing - Mobile marketing
 Marketing non convenzionale (virale, tribale e guerrilla)

Durata:

Ore 46

Modalità formativa:

FORMAZIONE IN AULA

Metodologie formative proposte:

Task based learning, Cooperative learning

Testimoni aziendali :

- Giorgia Pittau Fascia: B
 - Gian Luca Melis Fascia: B

	- Mauro Montis	Fascia: B
Titolo modulo:	Laboratorio di tecniche fotografiche e gestione delle immagini	
Contenuto:	Studio della composizione e dell'inquadratura Regolazioni fotografiche professionali Realizzazione di reportage fotogiornalistici Fondamenti di post-produzione fotografica	
Durata:	Ore 22	
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA	
Metodologie formative proposte:	Didattica laboratoriale, task based learning	
Testimoni aziendali :		
	- Sergio Stagno	Fascia: A
Titolo modulo:	Laboratorio di editing e montaggio video	
Contenuto:	Editing - basi operative (18 ore) Realizzazione di un progetto video (10 ore)	
Durata:	Ore 28	
Modalità formativa:	FORMAZIONE IN AULA	
Metodologie formative proposte:	Task based learning	
Testimoni aziendali :		
	- Stefano Schirru	Fascia: B
Titolo modulo:	Visite guidate	
Contenuto:	Visite guidate presso uffici di comunicazione e marketing di diverse realtà aziendali (ad es. Sardex, Soffobia, Riganera, Netsoul, Arkadia editore). Partecipazione operativa ad eventi organizzati dai partner. Le visite guidate avranno la duplice funzione di verifica empirica rispetto alla formazione in aula, e di preparazione-orientamento allo stage.	
Durata:	Ore 24	
Modalità formativa:	VISITE GUIDATE	
Metodologie formative proposte:	Visita guidata	
Testimoni aziendali :		
	- Mauro Montis	Fascia: B
	- Gian Luca Melis	Fascia: B
	- Giovanna Frongia	Fascia: B
	- Tania Murenu	Fascia: B
Titolo modulo:	Stage	
Contenuto:	Lo stage verrà effettuato presso le aziende partner, attori particolarmente significativi del mondo dell'informazione e della comunicazione d'impresa. Tutti i partner mettono a disposizione risorse umane, strutture, attrezzature e capacità organizzative idonee per collaborare alla realizzazione dello stage. Le attività di stage saranno seguite da un "rientro" con attività di formazione in aula, per consentire una circolarità sinergica del processo di apprendimento e porre in relazione diretta le competenze apprese con l'esperienza di stage. I corsisti lavoratori che ne facciano esplicita richiesta potranno sostituire lo stage con un project work.	
Durata:	Ore 120	
Modalità formativa:	STAGE/PROJECT WORK	
Metodologie formative proposte:	Tirocinio conoscitivo e applicativo.	

Are di lavoro, gruppi di competenze e competenze

Area tematica		Area di lavoro		Gruppo di competenze		
Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso		Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso		Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	
Saper utilizzare con dimestichezza le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC): usare strumenti per produrre, conservare, presentare informazioni complesse ed essere in grado di accedere ai servizi basati su Internet, farvi ricerche e usarli.	4	Prova pratica. Saranno considerati elementi utili alla valutazione eventuali certificazioni (ad es. ECDL) ed esperienze lavorative e/o formative pregresse,	Non mappata	Competenza non oggetto del corso richiesta in ingresso	0	
Saper utilizzare con dimestichezza le tecnologie della società dell'informazione (TSI) per la comunicazione: usare strumenti per comunicare e partecipare a reti collaborative tramite Internet.	4	Prova pratica. Saranno considerati elementi utili alla valutazione eventuali certificazioni (ad es. ECDL) ed esperienze lavorative e/o formative pregresse,	Non mappata	Competenza non oggetto del corso richiesta in ingresso	0	
Comunicazione		Strategie di comunicazione		Piano di comunicazione		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	
Saper identificare obiettivi operativi di comunicazione coerenti con gli obiettivi generali e con le strategie aziendali	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	
Saper identificare ruoli e responsabilità (inclusi soggetti esterni, quali consulenti, agenzie, etc.) per lo svolgimento delle attività operative di comunicazione	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	
Saper stabilire procedure di monitoraggio dell'efficacia e dell'efficienza delle azioni di comunicazione	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	
Comunicazione		Strategie di comunicazione		Ruoli e responsabilità		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	
Saper individuare ruoli e responsabilità precise (inclusi eventuali soggetti esterni) per la gestione e le attività operative di comunicazione, in coerenza con le competenze necessarie identificate	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	
Comunicazione		Strategie di comunicazione		Strumenti e tecniche di comunicazione		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.	
Saper definire i target di comunicazione	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	
Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione multimediale, gli strumenti informatici per le reti sociali e le attività collaborative (Enterprise 2.0, strumenti wiki ecc.)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7	

Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione interpersonale	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Conoscere i concetti base e le teorie relative all'ambito della comunicazione	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione		Gestione della pubblicità e della comunicazione commerciale		Strumenti e tecniche della comunicazione commerciale	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscere gli strumenti e gli ambiti tipici della comunicazione commerciale (campagne pubblicitarie, promozioni, tecniche di vendita diretta, comunicazione via internet etc.)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper assicurare la omogeneità dei messaggi e la coerenza dei medesimi rispetto agli obiettivi generali di marketing	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione		Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale		Obiettivi della comunicazione istituzionale	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Saper comprendere il ruolo della comunicazione istituzionale nell'ambito delle politiche di comunicazione dell'impresa	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper identificare obiettivi specifici di comunicazione istituzionale	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione		Gestione delle pubbliche relazioni e della comunicazione istituzionale		Strumenti e tecniche della comunicazione istituzionale	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscere il ruolo degli strumenti informatici per la comunicazione istituzionale	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper gestire relazioni dirette, occasionali e non, con specifici attori istituzionali esterni	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper gestire le attività delle unità organizzative addette a comunicazioni istituzionali ricorrenti (es: ufficio stampa)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione		Gestione della comunicazione giornalistica		Scrittura giornalistica	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.

Saper redigere un comunicato stampa.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione	Gestione della comunicazione giornalistica		Giornalismo multimediale		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Saper progettare e gestire news per i sistemi online multiplatforma.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper progettare e gestire prodotti di editoria multimediale.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper utilizzare le differenti modalità di costruzione dei testi, delle forme retoriche e degli stili redazionali propri di ciascun formato mediale.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Comunicazione	Gestione della comunicazione giornalistica		Capacità trasversali		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper programmare le proprie attività e quelle altrui in modo finalizzato al rispetto delle priorità e delle scadenze.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper promuovere e favorire l'apprendimento e l'aggiornamento continuo delle conoscenze per se stessi, per il proprio gruppo di lavoro e per l'organizzazione.	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Informatica e ICT (livello avanzato/specialistico)	ITC marketing – e-Business / e-Commerce		Strategie di e-commerce		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Saper contribuire allo sviluppo di una campagna di comunicazione del sito Web utilizzando gli strumenti della promozione online (ad esempio direct marketing, pubblicità online, eventi online, ecc.)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Informatica e ICT (livello avanzato/specialistico)	ITC marketing – e-Business / e-Commerce		Content management		
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.

Saper identificare e reperire i contenuti (di grafica e testi) più idonei al prodotto, alle strategie e agli obiettivi commerciali dell'impresa al fine di ottenere un efficace sito aziendale	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Sviluppare soluzioni operative in grado di conciliare le esigenze estetiche di presentazione del contenuto (layout, animazioni, interattività), con la praticità e semplicità d'uso (usabilità, rapidità di download, chiarezza espositiva, accessibilità delle informazioni)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper utilizzare software di content management	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale		Comunicazione integrata	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Saper sviluppare e implementare una strategia di comunicazione aziendale valutando l'integrabilità e la sinergia dei vari supporti comunicazionali e dei messaggi aziendali interni ed esterni	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper impostare un piano di comunicazione integrata formulando gli obiettivi per i singoli ambiti comunicazionali e redigere il relativo budget	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale		Comunicazione istituzionale	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscere le implicazioni giuridiche delle attività di comunicazione aziendale	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Saper gestire le Relazioni pubbliche e le attività di un ufficio stampa (ad esempio, organizzare conferenze stampa, ricevimenti, incontri e altre manifestazioni)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale		Comunicazione organizzativa	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscere e saper utilizzare i diversi strumenti della comunicazione interna (newsletter, house organ, circolari, rassegna stampa, posta elettronica, bacheche)	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7
Marketing e commerciale		Comunicazione aziendale		Tecniche di comunicazione	
Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscere le tecniche e gli strumenti di comunicazione multimediale interattiva	3	Test di ingresso (prova pratica integrata)	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	7

Partenariato

Nome azienda:	NetSoul Srl	
Descrizione soggetto:	Netsoul, costituita nel 2002, ha ampia esperienza nel campo della comunicazione aziendale e del marketing, della progettazione e dello sviluppo software. Sviluppa progetti globali per Internet, dal concepimento dell'idea al suo sviluppo, alla sua implementazione in un business model, fino alla consulenza di marketing strategico e operativo.	
Forma giuridica:	1.3.20 Società a responsabilità limitata	
Natura giuridica:	Privata	
Sede:	Via Nazario Sauro, 10, 09123 CAGLIARI (CA)	
Codice fiscale:	02750640928	
Partita IVA:	02750640928	
Settore:	Servizi di informazione e comunicazione	
Dimensione:	Micro impresa	
Numero addetti:	Da 1 a 5 addetti	
Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:	0	
Legale rappresentante:	Sergio Stagno	
Codice fiscale legale rappresentante:	STGSRG67E26B354S	
Sito web:	http://www.netsoul.net	
Riferimenti per contatto:	Sergio Stagno	Tel.: 0702766941

Ruolo del partner:

- Progettazione:	Si	
Dettaglio progettazione:	Progettazione dei moduli di Psicologia e sociologia della comunicazione, Comunicazione web, Laboratorio di tecniche fotografiche e gestione delle immagini, Laboratorio di design grafico, Laboratorio di editing e montaggio video.	
- Testimoni rappresentativi:	Si	
	Stagno Sergio	
Numero previsto di ore docenza/testimoni:	32	
	Schirru Stefano	
Numero previsto di ore docenza/testimoni:	28	
	Montis Mauro	
Numero previsto di ore docenza/testimoni:	20	
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:	Sergio Stagno: giornalista pubblicista, coordina le attività di marketing e comunicazione, si occupa del coordinamento dei progetti. Mauro Montis: analista programmatore, responsabile dello sviluppo software. Stefano Schirru: esperto in tecniche e tecnologie per la produzione e l'elaborazione di flussi audio-video.	
- Stage:	Si	

Numero di voucheristi in stage: 1

Dettaglio attività di stage: Supporto alla progettazione e realizzazione di attività inerenti lo sviluppo di siti web, e successiva promozione tramite azioni di web marketing. Produzione, editing e montaggio di video promozionali.

Specifiche su sedi di stage: Via Nazario Sauro 10 - 09123 Cagliari - Orari dalle 09.00 alle 19.30 - Connessione HadsI - WiFi - Pc - Sala riunioni

Nome: Sergio

Cognome: Stagno

Telefono: 0702766941

Email: sergiostagno@netsoul.net

Nome azienda: Riganera Srl

Descrizione soggetto: Agenzia pubblicitaria di riferimento per il valore della creatività e dell'esperienza in tutti i media in ambito nazionale e regionale. Da settembre 2013 fa parte di Sofffobia, il più grande gruppo di comunicazione in Sardegna.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: Via Falzarego, 9, 09123 CAGLIARI (CA)

Codice fiscale: 02933080927

Partita IVA: 02933080927

Settore: Servizi di informazione e comunicazione

Dimensione: Piccola Impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 2

Legale rappresentante: Massimiliano Miali

Codice fiscale legale rappresentante: MLIMSM72E17B745J

Sito web: <http://www.riganera.it>

Riferimenti per contatto: Massimiliano Miali

Tel.: 070278502

Ruolo del partner:

- Progettazione: No

Dettaglio progettazione: (Non compilato)

- Testimoni

rappresentativi: Si
Melis Gian Luca

Numero previsto di ore docenza/testimoni anza: 24

Macis Silvia

Numero previsto di ore docenza/testimoni anza: 10

Pittau Giorgia

Numero previsto di ore docenza/testimoni
anza:

16

Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:

Gian Luca Melis: direttore creativo e account manager
 Giorgia Pittau: social media marketing
 Silvia Macis: analisi di mercato e psicologia della comunicazione

- Stage: Si

Numero di voucheristi in stage:

1

Dettaglio attività di stage:

Pianificazione editoriale comunicazione social page, tone of voice ed empathy map, pain/gain analysis, format e redazione comunicazioni periodiche, strategie di engagement, loyalty e gamification applicate ai social network, tecniche di lead generation, pianificazione e attuazione strategie DEM, creatività per la comunicazione digitale, viralizzazione, tecniche di inbound e outbound marketing

Specifiche su sedi di stage:

Via Falzarego 9 - 09123 Cagliari

Nome:

Massimiliano

Cognome:

Miali

Telefono:

070278502

Email:

max.miali@riganera.it

Nome azienda: Arkadia Editore srl

Descrizione soggetto: Arkadia Editore propone diverse collane e generi che spaziano dalla narrativa alla saggistica, dalla turistica ai libri per bambini, dal volume fotografico alla poesia. La casa editrice è dotata di un ufficio stampa e comunicazione particolarmente attivo.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: viale Bonaria 98, 09125 CAGLIARI (CA)

Codice fiscale: 03226920928

Partita IVA: 03226920928

Settore: Servizi di informazione e comunicazione

Dimensione: Piccola Impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 1

Legale rappresentante: Raimondo Schiavone

Codice fiscale legale rappresentante: SCHRND66L08B354H

Sito web: <http://www.arkadiaeditore.it>

Riferimenti per contatto: Riccardo Mostallino Murgia

Tel.: 0706848663

Ruolo del partner:

- Progettazione: No

Dettaglio progettazione: (Non compilato)

- Testimoni

rappresentativi: Si
Murenu Tania

Numero previsto di ore docenza/testimoni anza: 6

Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone: Tania Murenu: ufficio stampa, promozione e organizzazione eventi

- Stage: Si

Numero di voucheristi in stage: 1

Dettaglio attività di stage: L'ufficio stampa di una casa editrice: comunicati stampa, mailing lists, rassegna stampa. La promozione del libro: contatti con media e case di produzione. Organizzazione e promozione di eventi con canali tradizionali e social.

Specifiche su sedi di stage: Viale Bonaria 98 - 09125 Cagliari

Nome: Riccardo

Cognome: Mostallino Murgia

Telefono: 0706848663

Email: info@arkadiaeditore.it

Nome azienda: Sardex Srl

Descrizione soggetto: Il circuito di imprese Sardex ha un ufficio marketing e comunicazione attivo su tutti i fronti della comunicazione tradizionale e digitale (dal portale al minisito, dalla testata dedicata agli iscritti alla newsletter, dagli eventi ai convegni tematici).

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata

Natura giuridica: Privata

Sede: Via Roma 72, 09038 SERRAMANNA (MD)

Codice fiscale: 03257760920

Partita IVA: 03257760920

Settore: Attività professionali, scientifiche e tecniche

Dimensione: Media Impresa

Numero addetti: Da 10 a 15 addetti

Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 10

Legale rappresentante: Gabriele Littera

Codice fiscale legale rappresentante: LTTGRL84R21B354N

Sito web: http://www.sardex.net

Riferimenti per contatto: Giovanna Frongia

Tel.: 0709130036

Ruolo del partner:

- Progettazione:	No
Dettaglio progettazione:	(Non compilato)
- Testimoni rappresentativi:	Si
	Frongia Giovanna
Numero previsto di ore docenza/testimoni anza:	6
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:	Giovanna Frongia: responsabile ufficio stampa e comunicazione
- Stage:	Si
Numero di voucheristi in stage:	2
Dettaglio attività di stage:	Lo stage si svolgerà presso l'Ufficio Area Comunicazione e Marketing di Sardex, coinvolgendo i tirocinanti su tutti i fronti della comunicazione tradizionale e digitale (dal portale al minisito, dalla testata dedicata agli iscritti alla newsletter, dagli eventi ai convegni tematici).
Specifiche su sedi di stage:	Via Serra 44 – 09038 Serramanna (VS) - Ufficio Area Comunicazione e Marketing
Nome:	Giovanna
Cognome:	Frongia
Telefono:	0709130036
Email:	giovanna.frongia@sardex.net
Nome azienda:	Fondazione Stefania Randazzo
Descrizione soggetto:	Il fine istituzionale stabilito dallo Statuto della Fondazione è quello di promuovere in tutte le possibili forme l'assistenza, la riabilitazione e la reintegrazione nel tessuto sociale di persone con ogni tipo di disabilità; la ricerca scientifica; la diffusione delle conoscenze acquisite. Presso la Fondazione è attivo un ufficio stampa e comunicazione attivo sul fronte della comunicazione sociale.
Forma giuridica:	1.7.20 Fondazione (esclusa fondazione bancaria)
Natura giuridica:	Privata
Sede:	Viale Poetto, 312, 09126 CAGLIARI (CA)
Codice fiscale:	92076030920
Partita IVA:	02904550924
Settore:	SANITA' E ASSISTENZA SOCIALE
Dimensione:	Media Impresa
Numero addetti:	Da 50 a 249 addetti
Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:	177
Legale rappresentante:	Alessandra Randazzo
Codice fiscale legale rappresentante:	RNDLSN68C67B354H
Sito web:	http://www.fondazionestefaniarandazzo.com

Riferimenti per contatto: Alessandra Randazzo

Tel.: 07037910210

Ruolo del partner:

- Progettazione:** No
- Dettaglio progettazione:** (Non compilato)
- Testimoni rappresentativi:** No
- Numero previsto di ore docenza/testimoni:** (Non compilato)
- Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)
- Stage:** Sì
- Numero di voucheristi in stage:** 7
- Dettaglio attività di stage:** Lo stage si svolgerà presso l'ufficio stampa e comunicazione della Fondazione, per approfondire tematiche legate alla comunicazione interna ed esterna (redazione della newsletter e di contenuti per il sito istituzionale e i minisiti legati a eventi o attività specifiche, comunicati stampa, campagne visive di comunicazione, piani di comunicazione integrata; organizzazione di eventi e convegni), con particolare attenzione alle problematiche della comunicazione sociale.
- Specifiche su sedi di stage:** Viale Poetto, 312 - 09126 Cagliari.
Gli stagisti potranno seguire il seguente orario: dal lunedì al venerdì 9.00-13.30 e 15.30-18.30.
- Nome:** Luca
- Cognome:** Palmas
- Telefono:** 07037910221
- Email:** info@fondazionestefaniarandazzo.com
- Nome azienda:** Ordine dei Giornalisti della Sardegna
- Descrizione soggetto:** L'Ordine dei Giornalisti della Sardegna è un ente pubblico non economico a struttura associativa, l'iscrizione al quale è obbligatoria per l'esercizio della professione di giornalista. Oltre al controllo dei requisiti per l'iscrizione all'albo e al mantenimento dello stesso, ha funzioni di vigilanza e di tutela sull'operato dei giornalisti.
- Forma giuridica:** 2.7.30 Ordine e collegio professionale
- Natura giuridica:** Privata
- Sede:** Via Barone Rossi 29, 09125 CAGLIARI (CA)
- Codice fiscale:** 80000720922
- Partita IVA:** 80000720922
- Settore:** Altre attività di servizi
- Dimensione:** Media Impresa
- Numero addetti:** Oltre i 500 addetti
- Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 5
- Legale rappresentante:** Filippo Peretti

Codice fiscale legale rappresentante: PRTFPP53M20B354M

Sito web: <http://www.odg.sardegna.it/>

Riferimenti per contatto: Celestino Moro

Tel.: 070664884

Ruolo del partner:

- Progettazione: Sì

Dettaglio

progettazione:

Analisi dei fabbisogni formativi e della spendibilità del corso in termini di occupabilità. Vigilanza sulla correttezza delle tematiche professionali e sull'esperienza dei docenti.

- Testimoni

rappresentativi:

No

**Numero previsto di ore docenza/testimoni
anza:**

(Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in
azienda di
ciascun
testimone:**

(Non compilato)

- Stage:

No

**Numero di
voucheristi in
stage:**

(Non compilato)

**Dettaglio attività
di stage:**

(Non compilato)

**Specifiche su sedi
di stage:**

(Non compilato)

Nome:

(Non compilato)

Cognome:

(Non compilato)

Telefono:

(Non compilato)

Email:

(Non compilato)

Nome azienda: Confcooperative Cagliari

Descrizione soggetto: La Confcooperative è la principale organizzazione di rappresentanza e assistenza del movimento cooperativo. Confcooperative Cagliari rappresenta la principale Unione territoriale delle quattro che costituiscono Confcooperative Sardegna, e opera su tutto il territorio della provincia storica di Cagliari oggi ricompreso nelle attuali province di Cagliari, Sulcis-Iglesiente e Medio Campidano.

Forma giuridica: 1.7.10 Associazione riconosciuta

Natura giuridica: Privata

Sede: Via Marche, 8, 09127 CAGLIARI (CA)

Codice fiscale: 80004690923

Partita IVA: 80004690923

Settore: Altre attività di servizi

Dimensione: Piccola Impresa

Numero addetti: Da 1 a 5 addetti

Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 3

Legale rappresentante: Roberto Savarino
Codice fiscale legale rappresentante: SVRRRT59E05B354V
Sito web: <http://www.confcooperative.cagliari.it/>
Riferimenti per contatto: Arianna Arca

Tel.: 0707738555

Ruolo del partner:

- Progettazione: Si
Dettaglio progettazione: Partecipazione all'identificazione dei fabbisogni formativi e alla lettura dei trend di sviluppo economici e tecnologici.

- Testimoni rappresentativi: No
Numero previsto di ore docenza/testimoni anziana: (Non compilato)
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone: (Non compilato)

- Stage: No
Numero di voucheristi in stage: (Non compilato)
Dettaglio attività di stage: (Non compilato)
Specifiche su sedi di stage: (Non compilato)
Nome: (Non compilato)
Cognome: (Non compilato)
Telefono: (Non compilato)
Email: (Non compilato)

Nome azienda: AIAS Cagliari

Descrizione soggetto: L'AIAS, nel perseguire fini di solidarietà sociale, è particolarmente attiva nel campo della comunicazione esterna, non solo con la sua testata di informazione "Aias Comunicazione", operativa da oltre 25 anni, ma con un ufficio stampa e comunicazione attivo nel promuovere e organizzare incontri, conferenze e congressi inerenti gli scopi dell'Associazione; nel realizzare contenuti per il sito istituzionale, comunicati stampa, campagne visive di comunicazione, piani di comunicazione integrata, sempre con particolare attenzione alle problematiche della comunicazione sociale e del "Terzo settore".

Forma giuridica: 1.7.10 Associazione riconosciuta
Natura giuridica: Privata
Sede: Viale Poetto, 312, 09126 CAGLIARI (CA)
Codice fiscale: 00468120928
Partita IVA: 00468120928
Settore: SANITA' E ASSISTENZA SOCIALE
Dimensione: Grande Impresa

Numero addetti: Oltre i 500 addetti
Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 1100
Legale rappresentante: Anna Paola Randazzo
Codice fiscale legale rappresentante: RNDNPL66T57B354E
Sito web: <http://www.aiascagliari.com/>
Riferimenti per contatto: Anna Paola Randazzo

Tel.: 07037910201**Ruolo del partner:**

- Progettazione: No
Dettaglio progettazione: (Non compilato)

- Testimoni rappresentativi: No
Numero previsto di ore docenza/testimoni anziana: (Non compilato)
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone: (Non compilato)

- Stage: Si
Numero di voucheristi in stage: 4
Dettaglio attività di stage: Lo stage si svolgerà presso l'ufficio stampa e comunicazione dell'Associazione, per approfondire tematiche legate alla comunicazione interna ed esterna (redazione della testata, della newsletter, di contenuti per il sito istituzionale, comunicati stampa, campagne visive di comunicazione, piani di comunicazione integrata; organizzazione di eventi e convegni), con particolare attenzione alle problematiche della comunicazione sociale.

Specifiche su sedi di stage: Viale Poetto, 312 - 09126 Cagliari

Nome: Anna Paola
Cognome: Randazzo
Telefono: 07037910201
Email: aiascagliari@tiscali.it

Nome azienda: Inoke srl
Descrizione soggetto: Azienda di servizi alle imprese nel campo della comunicazione, formazione, consulenza e marketing. Settori di attività: visual design, comunicazione, editoria, pubblicità, eventi, marketing, formazione.
Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata
Natura giuridica: Privata
Sede: Corso Garibaldi, 6/b, 08010 NUORO (NU)
Codice fiscale: 01421540913
Partita IVA: 01421540913

Settore: Servizi di informazione e comunicazione**Dimensione:** Piccola Impresa**Numero addetti:** Da 1 a 5 addetti**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 2**Legale rappresentante:** Salvatore Bussa**Codice fiscale legale rappresentante:** BSSSVT74P03F979G**Sito web:** <http://www.inoke.org/>**Riferimenti per contatto:** Luigi Cocco**Tel.:** 3465981795**Ruolo del partner:****- Progettazione:** No**Dettaglio progettazione:** (Non compilato)**- Testimoni****rappresentativi:** No**Numero previsto di ore docenza/testimoni anziana:** (Non compilato)**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)**- Stage:** Sì**Numero di voucheristi in stage:** 1**Dettaglio attività di stage:** Gestione strategica della comunicazione aziendale
Pianificazione media.
Sviluppo campagne di promozione su new media.
Public relations.
Studio e implementazione del brand.**Specifiche su sedi di stage:** Corso Garibaldi 6/b - 08010 Nuoro**Nome:** Luigi**Cognome:** Cocco**Telefono:** 3465981795**Email:** l.cocco@inoke.org**Nome azienda:** Telema Editore sas**Descrizione soggetto:** Azienda editrice specializzata in ricerche e studi di carattere prevalentemente umanistico e storico, progettazione, cura e pubblicazione di volumi. Ha sviluppato nel tempo esperienza nel campo della comunicazione documentaria, pubblicitaria e pubbliredazionale; sviluppa e personalizza campagne di comunicazione, piani di informazione e comunicazione anche scientifica, promozionale, politica e pubblicitaria in genere. Enti pubblici, aziende e privati sono i fruitori di una gamma di servizi diversificati in ambito promozionale e pubblicitario. Fra le sue attività: progettazione e realizzazione esecutiva di eventi, congressi, convegni.

Forma giuridica: 1.2.30 Società in accomandita semplice
Natura giuridica: Privata
Sede: Via dell'Artigianato n° 9, 09122 CAGLIARI (CA)
Codice fiscale: 02549960926
Partita IVA: 02549960926
Settore: Servizi di informazione e comunicazione
Dimensione: Piccola Impresa
Numero addetti: Da 1 a 5 addetti
Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 0
Legale rappresentante: Mario Tasca
Codice fiscale legale rappresentante: TSCMRA73M04B354W
Sito web: (Non compilato)
Riferimenti per contatto: Mario Tasca

Tel.: 3480658657

Ruolo del partner:

- Progettazione: No
Dettaglio progettazione: (Non compilato)

- Testimoni rappresentativi: No
Numero previsto di ore docenza/testimoni anziana: (Non compilato)
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone: (Non compilato)

- Stage: Si
Numero di voucheristi in stage: 1
Dettaglio attività di stage: Computergrafica, videoripresa e montaggio, organizzazione eventi, progettazione editoriale e pianificazione informativa; consulenza di immagine e commerciale; marketing, progettazione e realizzazione spot e campagne pubblicitarie
Specifiche su sedi di stage: Via dell'Artigianato n° 9 09122 CAGLIARI
Nome: Mario
Cognome: Tasca
Telefono: 3480658657
Email: mariotasca@telemaeditore.it

Nome azienda: Thelema press srl, Agenzia Giornalistica

Descrizione soggetto: Thelema press è centro di produzione televisiva. La società è in grado di fornire, organizzare, gestire ed allestire uno spazio per produzioni televisive, per registrazioni di interviste audio e

audiovisive.
 Elaboriamo contenuti per programmi, rubriche per la TV, la radio, testate giornalistiche on line, per quotidiani e riviste.
 Offriamo alla nostra clientela servizi redazionali e giornalistici di vario tipo.

Forma giuridica: 1.3.20 Società a responsabilità limitata
Natura giuridica: Privata
Sede: Via Falliti Torbeno, 14, 09170 ORISTANO (OR)
Codice fiscale: 01131400952
Partita IVA: 01131400952
Settore: Servizi di informazione e comunicazione
Dimensione: Piccola Impresa
Numero addetti: Da 6 a 9 addetti
Numero dipendenti totali a tempo indeterminato: 5
Legale rappresentante: Paola Casanova
Codice fiscale legale rappresentante: CSNPLA54C55B354U
Sito web: <http://www.thelemapress.it/>
Riferimenti per contatto: Simona Scioni

Tel.: 3423482079

Ruolo del partner:

- Progettazione: No
Dettaglio progettazione: (Non compilato)

- Testimoni rappresentativi: No
Numero previsto di ore docenza/testimoni anza: (Non compilato)
Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone: (Non compilato)

- Stage: Sì
Numero di voucheristi in stage: 1
Dettaglio attività di stage: Realizzazione di prodotti giornalistici; redazione di comunicati stampa; gestione di uffici stampa; conduzione di rassegne stampa; produzione di programmi e rubriche e video.
Specifiche su sedi di stage: Via Falliti Torbeno, 14 - 09170 Oristano
Nome: Simona
Cognome: Scioni
Telefono: 3423482079
Email: simona.scioni@thelemapress.it

N° totale partner: 11

N° partner in progettazione:	3
N° partner con testimoni aziendali:	4
N° partner per stage :	9
N° partner per stage localizzati in regioni/stati differenti:	0

Edizioni - Num. edizioni: 2
Dati principali edizione - ID edizione: 12133

ID sede:	8440
Denominazione sede:	Cagliari
Provincia:	CAGLIARI
Comune:	CAGLIARI
Indirizzo:	Viale Poetto, 312
Località:	(Non compilato)
CAP:	09126
Telefono:	0703839082
Fax:	0703839082
Email:	info@cpeleonardo.it
Riferimento accreditamento:	S01610
Data scadenza iscrizione:	12/01/2014
Data avvio:	13/01/2014
Data fine prevista:	30/06/2014
Num. minimo Voucher:	6
Num. partecipanti max.:	12
Modalità svolgimento corso:	<p>Le lezioni si terranno dal lunedì al venerdì in orario pomeridiano.</p> <p>Le visite guidate e lo stage terranno conto degli orari d'apertura delle aziende ospitanti.</p> <p>Sono previste sessioni laboratoriali/seminariali in full immersion con la partecipazione dei testimoni aziendali.</p> <p>Eventuali modifiche agli orari del corso potranno essere valutate qualora ne faccia motivata richiesta la maggioranza dei corsisti; particolare attenzione verrà riservata ai problemi organizzativi dei corsisti occupati.</p>
Specifiche su prove selettive:	<p>La data di svolgimento della verifica delle competenze in ingresso è prevista per il 07.01.2014. Per i voucheristi che dovessero iscriversi in date successive (ad es. a seguito di scorrimento graduatoria) sono previste sessioni suppletive.</p> <p>La selezione prevede una prova psicoattitudinale (30') e una pratica (60'), entrambe computer-based. Si terrà conto di una valutazione comparativa dei curriculum dei candidati.</p>

Accessibilità - ID edizione: 12133

Accessibilità persone disabili:	Si
Specifiche accessibilità:	La sede non presenta barriere architettoniche. È presente un bagno per disabili.

Referente - ID edizione: 12133

Nome: Gianfranco
Cognome: Lai
Telefono: 0703839082
Email: altaformazione@cpeleonardo.it

Dati principali edizione - ID edizione: 12189

ID sede: 8441
Denominazione sede: Borore
Provincia: NUORO
Comune: BOROIRE
Indirizzo: Via Sacerdote Pietro Pinna, 17
Località: (Non compilato)
CAP: 08016
Telefono: 0703939082
Fax: 0703939082
Email: info@cpeleonardo.it
Riferimento accreditamento: S02292
Data scadenza iscrizione: 16/02/2014
Data avvio: 17/02/2014
Data fine prevista: 30/07/2014
Num. minimo Voucher: 6
Num. partecipanti max.: 12
Modalità svolgimento corso: Le lezioni si terranno dal lunedì al venerdì in orario pomeridiano. Le visite guidate e lo stage terranno conto degli orari d'apertura delle aziende ospitanti. Sono previste sessioni laboratoriali/seminariali in full immersion con la partecipazione dei testimoni aziendali. Eventuali modifiche agli orari del corso potranno essere valutate qualora ne faccia motivata richiesta la maggioranza dei corsisti; particolare attenzione verrà riservata ai problemi organizzativi dei corsisti occupati.
Specifiche su prove selettive: La data di svolgimento della verifica delle competenze in ingresso è prevista per il 11.02.2014. Per i voucheristi che dovessero iscriversi in date successive (ad es. a seguito di scorrimento graduatoria) sono previste sessioni suppletive. La selezione prevede una prova psicoattitudinale (30') e una pratica (60'), entrambe computer-based. Si terrà conto di una valutazione comparativa dei curriculum dei candidati.

 Accessibilità - ID edizione: 12189

Accessibilità persone disabili: Sì
Specifiche accessibilità: La sede non presenta barriere architettoniche. È presente un bagno per disabili.

 Referente - ID edizione: 12189

Nome: Gianfranco
Cognome: Lai
Telefono: 0703839082
Email: altaformazione@cpeleonardo.it

