

CORSI DI FORMAZIONE AMMEGA.IT

Operatore Multimediale di Comunicazione



AMMEGA.IT
business solutions

<http://www.ammega.it>

Operatore Multimediale di Comunicazione

DESCRIZIONE SINTETICA

L'Operatore Multimediale di Comunicazione opera e collabora nell'area della comunicazione, attraverso l'insieme dei canali disponibili (per esempio: stampa, internet, intranet, televisione, radio eccetera), utilizzando e integrando i prodotti multimediali, intesi come sintesi tra diverse forme di comunicazione (per esempio: scritta, sonora, iconica, filmica); collabora con il cliente nella scelta delle modalità e degli strumenti di comunicazione più idonei per la realizzazione di un prodotto o di un servizio da promuovere, coordinando in modo appropriato metodologie e differenti media.

PREREQUISITI

Buona conoscenza del Sistema Operativo.

SBOCCHI OCCUPAZIONALI PREVISTI

Negli ultimi decenni l'industria dei nuovi media è stata contraddistinta da fattori di crescita superiori a qualsiasi altro settore e contemporaneamente da innovazioni di ordine tecnologico ed espressivo-comunicative tali da richiedere professionalità sempre più qualificate.

La figura che il corso intende formare avrà competenze di livello superiore spendibili nei seguenti settori:

- » studi di progettazione e realizzazione di siti web, prodotti audiovisivi e multimediali
- » industria dei nuovi media
- » televisioni tematiche e interattive (su web e piattaforme digitali)
- » editoria multimediale
- » enti di formazione e università telematiche
- » libera professione.

CERTIFICAZIONE:

E' previsto il rilascio di un certificato di frequenza.

Per coloro che fossero interessati è previsto il conseguimento della certificazione **ACA (Adobe Certified Associate)** per gli applicativi Photoshop, Dreamweaver e Flash.

CONTENUTI DEL CORSO:

STRATEGIE DELLA COMUNICAZIONE

- » Comunicazione nei suoi aspetti generali
- » Momenti della comunicazione
- » Tipologie della comunicazione
- » Identificazione dell'obiettivo di comunicazione in base al target
- » Agenzia di pubblicità
- » La campagna pubblicitaria: definizione, obiettivi e strumenti
- » Realizzare una campagna pubblicitaria
- » Tipologie di campagne pubblicitarie
- » Canali pubblicitari (editoria, affissione, agenzia di stampa, comunicato, radio, tv e web)
- » Nuove tecnologie per la comunicazione

- » Strumenti digitali
- » Piano di comunicazione integrata
- » Monitoraggio delle azioni di comunicazione

MULTIMEDIA MARKETING

- » Media planning
- » Web marketing
- » CRM (Customer relationship management)

DIRITTO DELLA COMUNICAZIONE

- » Cenni di base sul diritto pubblico
- » Tutela del diritto d'autore e del software nella società dell'informazione
- » Controllo privato dell'informazione digitale:
 - » Copyright
 - » Contratto
 - » Digital Rights Management

MULTIMEDIA PRODUCTION

- » PRINT: Adobe Photoshop
- » VIDEO: Adobe Premiere
- » WEB: Adobe Dreamweaver, Adobe Flash

DURATA DEL CORSO

La durata del corso è di 400 ore, di cui 250 di lezioni frontali, 50 di esercitazioni e 100 di stage presso l'azienda, suddivise in lezioni di 4 ore da tenersi 5 volte alla settimana.