

1. Modulo Base

Modulo didattico	Numero ore
Principi di comunicazione e marketing	10
Tecniche e strategie per l'audiovisivo	6
Teorie e tecniche dei nuovi media	6
Linguaggio pubblicitario e brand management	10
Elementi di diritto applicati alla comunicazione	4
Elementi di economia dei media	6
Giornalismo e uffici stampa	8
Tecniche di <i>customer care</i>	6
TOTALE	56

2. Corso Avanzato

Modulo didattico	Numero ore
Scenari dei consumi	6
Gestione e organizzazione per la comunicazione d'impresa	6
Elementi di diritto commerciale dell'Unione Europea	6
Economia e analisi della domanda dei mercati esteri	10
Pianificazione media	6
Strategie per i social network	4
Progettazione contenuti per il web e il cellulare	6
TOTALE	44

3. Laboratori

Modulo didattico	Numero ore
Laboratorio di dinamiche di gruppo	10
Laboratorio di sviluppo e implementazione di applicazioni e servizi per i new media	15
Come si fa un piano di comunicazione (finalità, struttura, professionalità)	12
Laboratorio di strategie e politiche per l'internazionalizzazione	8
Oltre la didattica. Lo show reel delle produzioni (visione e analisi dei prodotti e dei processi progettati durante i laboratori e il project work)	5
TOTALE	50

RESPONSABILE SCIENTIFICO

Mario Morcellini *Preside Facoltà di scienze della Comunicazione e
Presidente Conferenza dei presidi di Scienze della Comunicazione*

COMITATO SCIENTIFICO

Mario Morcellini *Preside Facoltà di scienze della Comunicazione e
Presidente Conferenza dei presidi di Scienze della Comunicazione*

Piero Di Lorenzo *Presidente LDM Comunicazione*

Francesco Gesualdi *Segretario Generale Giunta Regione Lazio*

Pierpaola D'Alessandro *Direttore Affari Industriali - Sviluppo Lazio*

Mauro Mazza *Direttore Rai Uno*

Fabrizio D'Ascenzo *Direttore "ImpreSapiens"*