



MASTER IN RELAZIONI PUBBLICHE EUROPEE & ORGANIZZAZIONE DI EVENTI BRUXELLES

PSICOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE & TEAM BUILDING

La capacità e la necessità di comunicare; gli ostacoli della comunicazione; analisi del processo di comunicazione; il modello di comunicazione; l'analisi dell'ambiente; il concetto di distorsione; la percezione; la comunicazione verbale e non verbale; l'ascolto attivo; la comunicazione scritta; la comunicazione uno a uno, uno a molti e la comunicazione in pubblico; il concetto di motivazione, l'importanza della motivazione vs performance; lavoro e leadership; la competenza personale: la competenza sociale

LOBBY, GRUPPI DI INTERESSE & COMUNICAZIONE FINANZIARIA

L'importanza del marketing strategico; come costruire un piano di comunicazione; gli elementi distintivi della moderna comunicazione d'impresa; i principali strumenti della comunicazione strategica; la comunicazione economico-finanziaria; l'influenza delle associazioni industriali e delle imprese nella definizione delle politiche di impresa

LE RELAZIONI PUBBLICHE & LA COMUNICAZIONE DI CRISI

Il piano di relazioni pubbliche; le aree di intervento; le corporate di prodotto; la comunicazione di crisi; la percezione del rischio; la crisi: definizione, principi ed evoluzione: la comunicazione di crisi : il giorno prima, il vortice della crisi, il giorno dopo

GLI STAKEHOLDERS E GLI STRUMENTI DEL PUBLIC AFFAIRS

Gli stakeholders: definizioni e tipologia; gli interessi convergenti; gli strumenti del public affairs; l'elaborazione di un piano di public affaire; le relazioni con i media a sostegno del piano di lobbying e del public affairs

L' UNIONE EUROPEA E LE ISTITUZIONI

L'IMPORTANZA DI BRUXELLES NELLE RELAZIONI PUBBLICHE EUROPEE

LA LOBBYING NELL'UNIONE EUROPEA

IL MERCATO CONFERENCE & INCENTIVE

Le dinamiche di mercato; l'ospitalità congressuale; la fidelizzazione del cliente C&I; il marketing congressuale: il prodotto congressuale, le nuove tendenze del mercato (l'incentives e il team bulding); l'attenzione al cliente; la figura del responsabile C&I in Hotel; Job description e analisi della sua quotidianità operativa; saper creare un evento "tailor made"; le surprise in delight; l'evento "C&I" step by step: il budget, il primo contatto, la realizzazione, le sue modificazioni, gli imprevisti, la conclusione e l'importanza del "follow up" pre e post evento.

LO SPETTACOLO MEDIATICO

L'organizzazione di eventi; gli eventi e la televisione, le tecniche televisive; il cliente ed i media; il prodotto ed il budget; i preventivi e consuntivi; la progettazione, la pianificazione, la realizzazione, il monitoraggio e la gestione dell'evento
esempi di progetti/eventi e loro realizzazioni

TESTIMONIANZE AZIENDALI E CASE HISTORIES PROJECT WORK