

STRATEGIE E PIANIFICAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

PROGRAMMA

Date e sede

Il corso breve si terrà a Torre Guaceto – Centro Visite Al Gawsit – Località Serrenova Carovigno (BR), nelle date 28, 29 e 30 maggio 2012

Descrizione

Come progettare un piano strategico di comunicazione che sia efficace e coerente? Come definire gli obiettivi, i destinatari, la tipologia di pubblico da raggiungere e attraverso quali canali e strumenti? Come trasmettere al meglio l'identità di un "prodotto" e di un'attività culturale? Come costruire la relazione con la stampa e con i media? L'importanza che la comunicazione svolge nel successo di un progetto è fondamentale. Durante il corso si esploreranno i punti chiave, le metodologie e le tecniche per comunicare efficacemente un'attività culturale verso i pubblici di riferimento partendo dai propri obiettivi.

Docente

Andrea Maulini è Amministratore Delegato di Simulation Intelligence ed è Consulente di Marketing e Comunicazione di alcune primarie istituzioni culturali italiane tra cui Piccolo Teatro di Milano, Teatro San Carlo di Napoli e il Festival dei 2 Mondi di Spoleto. Docente di marketing della cultura in master e corsi universitari, autore di numerose pubblicazioni, è Consulente dell'Osservatorio dello Spettacolo dell'Emilia-Romagna.

Chris Torch è attore con il Living Theatre per quattro anni sotto la direzione di Julian Beck e Judith Malina, nel 1977 ha fondato Jordcirkus, compagnia teatrale indipendente con sede a Stoccolma. È stato produttore artistico e/o esecutivo di Re:ORIENT (1993), un festival di cultura araba in collaborazione con Images of Afrika, Copenhagen. È stato membro del Comitato esecutivo e del Consiglio di IETM (Informal European Theatre Meeting) dal 1990 al 1995. Nel 1992 ha fondato Intercult, un'unità indipendente di produzione per le performing arts, che mira allo scambio e alla distribuzione internazionali. Ha ricostituito Intercult nel 1996 di cui è direttore artistico.

Primo giorno: lunedì 28 maggio 2012

(13.30 – 19.00) – Andrea Maulini

- La comunicazione: definizione, obiettivi, canali, il processo di comunicazione
- Mix di comunicazione e mix di marketing
- I modelli di comunicazione
- Il modello AIDA

Secondo giorno: martedì 29 maggio 2012

(9.30 – 13.30 / 14.30 – 18.30) – Andrea Maulini

- Il piano di comunicazione
- Il budget di comunicazione
- Vision, Mission, Valori di comunicazione

- La Piramide della Percezione di David Armano
- Case history: la comunicazione di un evento territoriale

Terzo giorno: mercoledì 30 maggio 2012

(9.30 – 13.00 / 14.00 – 15.30) – Andrea Maulini

- L'Ufficio Stampa e le attività di comunicazione
- Le buone regole per una comunicazione efficace: scrittura, fotografia, video
- Comunicare on-line e sui social media: strategie ed azioni per massimizzare l'efficacia e ridurre i costi
- Le specificità della comunicazione della cultura

(15.30 – 17.30) – Chris Torch

- La gestione della comunicazione e della relazione con gli stakeholder di progetti transnazionali innovativi, sperimentali e complessi
- CORNERS: un progetto artistico interculturale, sviluppato e creato da 6 organizzazioni culturali Europee

-Conclusioni e consegna degli attestati di partecipazione