

# Tirocinio

## Pubblicità e Pubbliche Relazioni



tech



**tech**

Tirocinio

Pubblicità e Pubbliche Relazioni

# Indice

01

Introduzione

---

*pag. 4*

02

Perché svolgere questo  
Tirocinio?

---

*pag. 6*

03

Obiettivi

---

*pag. 8*

04

Strutturazione del  
programma

---

*pag. 10*

05

Dove posso svolgere il  
Tirocinio?

---

*pag. 12*

06

Condizioni generali

---

*pag. 14*

07

Titolo

---

*pag. 16*

# 01 Introduzione

Coca Cola, Netflix, Apple, McDonald's o Nestlé sono esempi molto chiari del potere della pubblicità, non solo per posizionare aziende di livello mondiale al vertice rispetto alla concorrenza, ma anche per affondarle e, addirittura, causare la loro rovina a causa di campagne sfortunate. È diventata un'arma a doppio taglio, la cui padronanza può fare la differenza tra successo e fallimento. E poiché la creatività non basta, TECH ha sviluppato un programma eminentemente pratico che permetterà agli studenti di accedere a un tirocinio di 120 ore in un'azienda leader nel campo della pubblicità e delle relazioni pubbliche, dove acquisiranno l'esperienza necessaria per accedere a posizioni di prestigio nel mercato del lavoro attraverso la padronanza delle principali strategie, soprattutto in ambito digitale.



*Un programma che ti immergerà in modo completo e pratico nella Pubblicità offline e online, in modo da poter affrontare progetti di ogni tipo"*





Tutte le grandi aziende che si rivolgono a un ampio mercato dovrebbero avere team di pubblicità e pubbliche relazioni che lavorano con l'obiettivo finale di creare interessanti legami di comunicazione con il pubblico, essenziali per migliorare la reputazione, creare l'immagine del marchio, fidelizzare i clienti e, in ultima analisi, migliorare le vendite e quindi i profitti. Il programma di TECH promuove queste conoscenze tanto necessarie nei professionisti del giornalismo e della comunicazione con un soggiorno pratico intensivo in una delle migliori aziende del settore, raggiungendo l'obiettivo principale di trasformarli nei migliori specialisti del settore.

I dipartimenti di pubblicità e pubbliche relazioni delle aziende sono tra i più importanti, in quanto sono in grado di migliorare la comunicazione esterna, favorire le opinioni e promuovere i legami con i clienti, costruendo la fiducia dei consumatori e attirandoli all'acquisto. Insomma, muovono l'intera macchina commerciale per far conoscere il marchio e raggiungere una maggiore competitività sul mercato. Per questo motivo, l'impegno in questi settori ha favorito una crescita esponenziale negli ultimi anni, sia in termini di domanda che di offerta di lavoro.

Pertanto, le aziende non cercano solo professionisti formati in questo campo, ma anche coloro che sono in grado di dimostrare che tutte queste conoscenze possono essere trasferite in modo ottimale nel loro lavoro quotidiano. In tal senso, questa formazione pratica permetterà agli studenti di sviluppare tutte quelle competenze che saranno in grado di mettere in pratica nell'implementazione di campagne pubblicitarie e strategie di pubbliche relazioni efficaci per la crescita e l'evoluzione di qualsiasi azienda.

“

*Intraprendi un tirocinio intensivo di 3 settimane in un centro prestigioso e aggiornati sulle procedure più recenti per crescere professionalmente”*

# 02

## Perché svolgere questo Tirocinio?

La creazione di questo programma segnerà un prima e un dopo per gli studenti che decideranno di accedervi. Si tratta di un'opportunità unica per lavorare intensamente sul perfezionamento di competenze e abilità creative e comunicative attraverso la partecipazione attiva degli studenti al lavoro quotidiano di un'azienda leader del settore. In questo modo, non solo potranno tenersi aggiornati sulle strategie all'avanguardia nella pubblicità offline e online, ma investiranno anche il loro tempo per migliorarsi professionalmente con l'aiuto dei migliori specialisti.



*Un'opportunità unica per diventare esperti in Pubblicità e Pubbliche Relazioni attraverso un lavoro intensivo e un tirocinio in un centro di riferimento"*

### **1. Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili**

L'iscrizione a questo Tirocinio darà inoltre allo studente la possibilità di accedere ai migliori strumenti e applicazioni nel campo della comunicazione e della Pubblicità: programmi di design, gestione dei contenuti, controllo statistico, ecc. In questo modo, potrà lavorare, durante le 3 settimane di tirocinio, alla gestione esaustiva di ciascuno di essi, un aspetto che, in seguito, potrà inserire nel suo curriculum.

### **2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti**

TECH prevede l'accompagnamento da parte di un personale di professionisti di primo livello nel campo della Comunicazione e del Giornalismo, affinché lo studente possa aggiornare la sua prassi con il loro supporto, avvalendosi della loro esperienza nel settore per implementare nella sua pratica le migliori strategie del momento. Sapranno quindi padroneggiare con sicurezza il contesto pubblicitario attraverso la progettazione di campagne specializzate.

### **3. Entrare in contesti di prim'ordine**

L'iscrizione a questo programma darà agli studenti l'accesso ad ambienti di prima classe attraverso la partecipazione attiva alla gestione dei contenuti di varie aziende. Così, fin dal primo giorno e insieme al team creativo dell'entità di cui fa parte, lavorerà in modo integrale alla progettazione di campagne adatte alle esigenze del cliente e dei suoi prodotti.



#### **4. Mettere in pratica ciò che si è appreso fin dall'inizio**

Tutto ciò su cui lo studente lavora durante il tirocinio sarà perfettamente applicabile all'attuale contesto aziendale incentrato sull'area della Pubblicità e Pubbliche Relazioni. TECH garantisce un'esperienza immersiva aggiornata e innovativa, perfettamente compatibile con la domanda di lavoro del mercato attuale. Così, una volta completate le 120 ore, lo studente potrà candidarsi a qualsiasi posizione di prestigio in grandi aziende dell'area.

#### **5. Ampliare le frontiere della conoscenza**

La conclusione delle 3 settimane di tirocinio consentirà allo studente di inserirsi nel mercato del lavoro in qualsiasi luogo, grazie all'altissimo grado di internazionalizzazione previsto per questo periodo e per il suo piano di studi. TECH sottopone le sue aziende a un'analisi approfondita al fine di selezionare quelle che rispettano gli standard professionali stabiliti dalle principali organizzazioni del settore per una pratica coordinata tra tutti i paesi.

# 03

## Obiettivi

L'obiettivo principale di questo programma è offrire ai professionisti un'alta qualificazione che sarà fondamentale per il loro sviluppo professionale nel campo della Pubblicità e Pubbliche Relazioni. Un programma che sarà un valore aggiunto per gli studenti, che potranno acquisire le conoscenze necessarie per realizzare una comunicazione pubblicitaria adeguata, utilizzando gli strumenti e le tecniche più persuasive per creare campagne promozionali di successo nell'ambiente digitale e offline.



### Obiettivi generali

- ♦ Acquisire le conoscenze necessarie per realizzare una comunicazione adeguata in tutti i settori, canali e reti, utilizzando i linguaggi adeguati per ogni stile comunicativo
- ♦ Padroneggiare i concetti chiave della Pubblicità e delle Pubbliche Relazioni
- ♦ Conoscere i settori della Pubblicità e Pubbliche Relazioni, i loro processi e le strutture organizzative dal loro interno
- ♦ Sviluppare creatività e strategie adeguate nel campo della Pubblicità e delle Pubbliche Relazioni





## Obiettivi specifici

---

- ♦ Conoscere i settori della pubblicità e delle pubbliche relazioni, i loro processi e le strutture organizzative
- ♦ Individuare i profili dei professionisti della pubbliche e delle pubbliche relazioni, nonché le principali competenze richieste nella loro pratica professionale
- ♦ Comprendere i sistemi di analisi delle campagne pubblicitarie e di pubbliche relazioni
- ♦ Saper descrivere la struttura delle agenzie pubblicitarie
- ♦ Conoscere l'evoluzione storica della pubblicità e delle pubbliche relazioni
- ♦ Saper mettere in relazione la pubblicità con altre manifestazioni culturali come la letteratura, l'arte, il cinema, ecc.
- ♦ Riconoscere la struttura e la trasformazione della società odierna in relazione agli elementi, alle forme e ai processi della comunicazione pubblicitaria e delle relazioni pubbliche.
- ♦ Incoraggiare la creatività e la persuasione attraverso media e mezzi di comunicazione diversi
- ♦ Comprendere i concetti di base e i modelli teorici della comunicazione umana, i suoi elementi e le sue caratteristiche, nonché il ruolo che svolge nei processi psicologici della pubblicità e delle pubbliche relazioni.
- ♦ Sapere identificare e analizzare i processi psicosociali, cognitivi ed emotivi della comunicazione pubblicitaria e delle pubbliche relazioni
- ♦ Saper riflettere con solidità teorica e rigore empirico sui processi attraverso i quali il professionista della pubblicità e delle pubbliche relazioni contribuisce a costruire ed esprimere l'opinione pubblica
- ♦ Identificare le molteplici espressioni, i fenomeni e i processi dell'opinione pubblica
- ♦ Padroneggiare gli elementi, le forme e i processi dei linguaggi pubblicitari e di altre forme di comunicazione, analizzando i diversi livelli e componenti che formano il sistema linguistico, nonché i prodotti discorsivi che fanno parte delle diverse tipologie testuali
- ♦ Riconoscere gli elementi, le forme e i processi del linguaggio pubblicitario e di altre forme di comunicazione persuasiva
- ♦ Essere in grado di utilizzare le tecnologie e le tecniche dell'informazione e della comunicazione nei vari media o sistemi mediatici combinati e interattivi
- ♦ Avere la capacità di analizzare, trattare, interpretare, elaborare e strutturare la comunicazione digitale
- ♦ Saper operare come un professionista della pubblicità e delle pubbliche relazioni in conformità alle regole legali ed etiche della professione
- ♦ Conoscere il settore della comunicazione all'interno di aziende e istituzioni



*Questo Tirocinio ti aprirà le porte per lavorare nelle migliori agenzie pubblicitarie del paese"*

# 04

## Strutturazione del programma

La formazione pratica di questo programma consiste in un Tirocinio presso un'azienda leader del settore, della durata di 3 settimane dal lunedì al venerdì, con 8 ore consecutive di formazione pratica con un professionista del settore. Questo tirocinio permetterà agli studenti di comprendere a fondo come deve essere svolto il lavoro del pubblicitista e delle pubbliche relazioni, con l'obiettivo principale di aumentare il numero di persone interessate a un marchio, creare un'ottima reputazione per lo stesso e, soprattutto, aumentare i clienti e le vendite.

In questa proposta formativa, di natura completamente pratica, le attività sono finalizzate allo sviluppo e al perfezionamento delle competenze necessarie per svolgere un lavoro manageriale nei dipartimenti di pubblicità e pubbliche relazioni, acquisendo le qualifiche necessarie per gestire tutte le azioni promozionali e pubblicitarie per attirare un pubblico più ampio, nonché per stabilire relazioni tra l'azienda e le parti interessate che ne rafforzino l'immagine.

Si tratta, senza dubbio, di un'opportunità per imparare lavorando nei reparti di pubblicità e relazioni pubbliche delle principali aziende del settore, conoscendo il lavoro quotidiano da professionisti con una vasta esperienza. In questo modo, sarà un'opzione preziosa per gli studenti che desiderano partecipare a tutti i processi coinvolti nella progettazione, pianificazione e realizzazione di una campagna pubblicitaria.

In questo modo, il tirocinio in un'azienda leader del settore permetterà allo studente di completare un numero minimo di attività pratiche in diverse aree e reparti dell'azienda, ottenendo una panoramica del settore che gli permetterà di entrare rapidamente nel mercato del lavoro, diventando uno dei professionisti più competitivi del momento.

L'insegnamento pratico si svolgerà con la partecipazione attiva dello studente che prenderà parte alle attività e alle procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con il supporto e la guida dei docenti e degli altri compagni di tirocinio che facilitano il lavoro di squadra, e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la Pratica quotidiana (imparare a essere e imparare a relazionarsi con gli altri).

Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica della formazione e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:



*Specializzati grazie a un programma accademico innovativo e a professionisti che ti aiuteranno a crescere professionalmente"*



Modulo	Attività Pratica
<b>Teorie e i fondamenti della Pubblicità e Pubbliche Relazioni</b>	Produrre materiali pubblicitari
	Esercitare la creatività pubblicitaria in diversi tipi di materiale
	Pianificare correttamente i mezzi pubblicitari
	Gestire i principali strumenti di comunicazione interna
	Preparare un piano di gestione della crisi, con un'analisi delle sue fasi e delle pubbliche relazioni
	Utilizzare diversi strumenti tecnologici di fronte a una crisi
	Sviluppare materiale pubblicitario tenendo conto degli sviluppi storici
	Fare un uso appropriato delle pubbliche relazioni in base al contesto storico
<b>Gestione dell'azienda pubblicitaria</b>	Acquisire una conoscenza diretta della gestione economica dell'agenzia pubblicitaria
	Lavorare sulla pubblicità in base agli obiettivi e ai destinatari dell'attività
	Adattare l'organigramma interno dell'agenzia pubblicitaria
<b>Uso della Psicologia della Comunicazione</b>	Partecipare alla comunicazione interna dei team, nonché alla loro gestione e motivazione
	Produrre articoli pubblicitari basati sulla psicologia della comunicazione
	Applicare l'uso delle emozioni e della persuasione nei testi e nei contenuti pubblicitari
<b>L'opinione pubblica e il linguaggio pubblicitario per promuoverla</b>	Adattare i messaggi al destinatario, sulla base della psicologia e dei nuovi paradigmi informativi
	Elaborare messaggi diversi in base alla percezione e al quadro sociale dell'opinione pubblica
	Adattare le relazioni pubbliche alla psicologia sociale
	Applicare tecniche di analisi e sondaggi di opinione per perfezionare il messaggio pubblicitario
	Conoscere le funzioni del copywriter in un ambiente di lavoro attivo
	Correggere bozze e adattare testi pubblicitari con particolare attenzione al rigore, alla chiarezza e alla precisione
<b>Comunicazione digitale e Creatività</b>	Valutare i testi pubblicitari utilizzando le nuove tecnologie e i nuovi linguaggi
	Distinguere il tipo di pubblicità da realizzare in base al mezzo digitale
	Sviluppare una strategia di contenuti e storytelling adatta ai contesti digitali
	Effettuare il monitoraggio online delle attività pubblicitarie con strumenti di gestione e ricerca
	Sviluppare un processo creativo efficace nella pubblicità e nelle pubbliche relazioni
	Incoraggiare il comportamento creativo nella produzione di diversi messaggi pubblicitari
<b>Uso della Psicologia della Comunicazione</b>	Creare messaggi pubblicitari basati su un problema specifico da risolvere
	Produrre articoli pubblicitari basati sulla psicologia della comunicazione
	Applicare l'uso delle emozioni e della persuasione nei testi e nei contenuti pubblicitari
<b>Uso della Psicologia della Comunicazione</b>	Adattare i messaggi al destinatario, sulla base della psicologia e dei nuovi paradigmi informativi

# 05

## Dove posso svolgere il Tirocinio?

Per realizzare questo Tirocinio, TECH sta stringendo accordi di collaborazione con le principali aziende del settore della pubblicità e delle pubbliche relazioni a livello nazionale e internazionale. In questo modo, gli studenti potranno accedere a conoscenze specialistiche e, soprattutto, pratiche, con le quali potranno imparare a utilizzare strumenti, tecniche e strategie attuali per lo sviluppo della loro professione. In questo modo, grazie all'esperienza e alla competenza dei colleghi per 3 settimane, sarà possibile migliorare le abilità e conoscere il lavoro reale in questo settore.

“

*Fai un tirocinio intensivo nelle migliori agenzie pubblicitarie e impari direttamente dalle mani dei professionisti del settore”*





# 06

## Condizioni generali

### Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità formativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio all'interno del centro di collocamento.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. Grazie a questa garanzia, il professionista si sentirà privo di ogni tipo di preoccupazione nel caso di eventuali situazioni impreviste che possano sorgere durante il tirocinio e potrà godere di una copertura assicurativa fino al termine dello stesso.



## Condizioni Generali di Tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

**1 TUTORAGGIO:** durante il Tirocinio agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande che potrebbero sorgere. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, lo studente disporrà anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e aiutando a risolvere qualsiasi problema durante l'intero percorso. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

**2 DURATA:** il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

**3 MANCATA PRESENTAZIONE:** in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Tirocinio, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

**4 CERTIFICAZIONE:** lo studente che supererà il Tirocinio riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

**5 RAPPORTO DI LAVORO:** il Tirocinio non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

**6 STUDI PRECEDENTI:** alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Tirocinio. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

**7 NON INCLUDE:** il Tirocinio non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

# 07 Titolo

Questo **Tirocinio in Pubblicità e Pubbliche Relazioni** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

Titolo: **Tirocinio in Pubblicità e Pubbliche Relazioni**

Durata: **3 settimane**

Frequenza: **dal lunedì al venerdì, turni da 8 ore consecutive**

N° Ore Ufficiali: **120 o. di pratica professionale**



**tech**

Tirocinio  
Pubblicità e Pubbliche Relazioni

# Tirocinio

## Pubblicità e Pubbliche Relazioni



tech