

## Luiss Business School

Divisione di Luiss Guido Carli



Comunicazione Italiana e Luiss Business School insieme per offrire ai professionisti del marketing, della comunicazione e delle relazioni pubbliche del Network della Communication Community la possibilità di specializzarsi e formarsi nelle diverse aree tematiche del Marketing e della Comunicazione. Luiss Business School, divisione dell'Università Luiss Guido Carli, è un riconosciuto centro di alta formazione per coloro che, dopo la laurea o durante il proprio percorso professionale, intendono intraprendere un processo di approfondimento e di qualificazione delle proprie competenze usufruendo di una metodologia didattica collaudata, fortemente orientata all'esperienza. In particolare, per i professionisti del Marketing e della Comunicazione la Luiss Business School propone un vasto calendario di corsi di approfondimento/aggiornamento, iniziative seminariali progettati per sviluppare e consolidare conoscenze e competenze specifiche trasferendo, nel contempo, strumenti e tecniche per l'operatività nel mondo delle imprese. Vi informiamo che sono aperte le iscrizioni per:

**LOBBYING E RELAZIONI ISTITUZIONALI I<sup>a</sup> edizione, 26/06/2006 - 28/06/2006** Obiettivi Il seminario si propone di fornire ai partecipanti una conoscenza aggiornata dell'attività di lobbying in Italia, Europa e Stati Uniti. Intende fornire gli strumenti teorico-pratici per rappresentare nel modo più efficace gli interessi aziendali presso l'apparato legislativo e per migliorare la padronanza degli strumenti e delle tecniche di comunicazione. Destinatari Il seminario è indirizzato a chi lavora, o intende lavorare, nel settore delle relazioni pubbliche come responsabile delle Relazioni istituzionali. Struttura 3 giorni/18 ore di formazione Per maggiori info clicca qui

**EVENT MANAGER III<sup>a</sup> edizione, 10/07/2006 - 14/07/2006** Obiettivi Il corso intende offrire una panoramica critica dell'attività di realizzazione degli eventi e della loro importanza nella politica di immagine di un'organizzazione, privata o pubblica e formare una figura professionale in grado di gestire, anche attraverso le metodologie del project management, le diverse tipologie di eventi in tutte le fasi: dal momento dell'ideazione, alla pianificazione e organizzazione delle attività, fino alla realizzazione finale e al controllo. Struttura 5 giornate/30 ore di formazione. Per maggiori info clicca qui.

**MARKETING MANAGEMENT X<sup>a</sup> edizione, 27/09/2006 - 22/12/2006** Referente scientifico dell'iniziativa Prof. Franco Fontana, Prof. Alberto Marcati Obiettivi Il percorso formativo intende fornire al partecipante gli strumenti fondamentali di analisi, strategia e tattica di marketing per operare nell'impresa secondo logiche orientate al mercato. Il corso fornisce conoscenze e strumenti per definire e realizzare gli obiettivi e le strategie di marketing, anche attraverso frequenti esercitazioni d'aula, testimonianze ed esperienze aziendali. Struttura 36 incontri serali/108 ore di formazione Per maggiori info clicca qui. Per consultare il calendario completo clicca qui.