

JobLAB : il laboratorio di competenze al centro giovanile polifunzionale Na.gio.Ja

A febbraio riparte JobLAB, il laboratorio di competenze del centro giovanile Polifunzionale Na.gio.Ja.

Attivati grazie alla collaborazione tra l'Agencia per il Lavoro Generazione Vincente S.p.A. (soggetto promotore), Generazione Vincente Academy s.r.l. (soggetto attuatore) e l'Associazione di Promozione Sociale NapolinMente, con il sostegno del Comune di Napoli, dell'Assessorato ai Giovani e alle Pari Opportunità, di ANCOS Confartigianato Napoli e IS.P.P.Re.F Napoli, i percorsi JobLAB favoriscono l'inclusione sociale e professionale dei destinatari.

Gli interventi JobLAB, infatti, mirano a costruire circuiti di bene-essere attraverso il coinvolgimento di:

- Persone
- Servizi
- Territorio

JobLAB – Coltiviamo Competenze è un progetto centrato sulla Persona con obiettivi precisi e sfidanti.

La cassetta degli attrezzi JobLAB è fatta di una serie di risorse e strumenti messi a disposizione gratuitamente e diversamente impiegati nell'ambito di progetti personalizzati.

JobLAB è :

- Corsi di formazione professionale
- WellnessLAB
- OrientaMenti
- Social Counselling
- Facilitazione Sociale
- Career Counselling

Corsi di formazione professionale

<<Imparare è come remare contro corrente: se smetti, torni indietro>>

I corsi di formazione professionale JobLAB hanno l'obiettivo di trasferire saperi e competenze concretamente spendibili nel mercato del lavoro.

Sono finanziati con fondi interprofessionali e completamente gratuiti per i discenti.

La metodologia didattica è basata su principi di interattività e coinvolgimento.

La formazione JobLAB si avvale di:

- Gruppi di discussione nei quali gli studenti più dubbiosi trovano la possibilità di esprimere liberamente le proprie perplessità poiché in un contesto meno formale e più sociale;
- Analisi dei casi studio attraverso i quali è possibile immedesimarsi nelle situazioni imparando a gestirle in maniera pratica e professionale;

- Giochi di ruolo: in un contesto protetto simulato e guidato dal formatore è possibile apprendere le modalità di gestione delle diverse situazioni lavorative.

Dal 25 febbraio al Na.Gio.Ja di Via Adriano a Napoli partirà lo speciale corso teorico-pratico per “ADDETTO ALLA COMUNICAZIONE, AL BRANDING E ALLE PUBBLICHE RELAZIONI”

Obiettivi dell'intervento formativo:

Il corso ha come finalità quella di formare una figura in grado di sviluppare, gestire ed implementare una strategia efficace di branding e di comunicazione aziendale per PMI, startup ed enti del terzo settore, acquisendo competenze organizzative, gestionali e di comunicazione non convenzionale per una corretta gestione delle relazioni di business. Al termine del corso i discenti saranno in grado di realizzare piani di comunicazione, di promuovere processi e strategie di Brand Awareness, di gestire ed implementare l'Action Plan, Lead, Prospect e clienti.

L'addetto alla Comunicazione, al Branding e alle Pubbliche Relazioni acquisisce, durante il corso, competenze relative alla scrittura, alla produzione e alla post produzione di video virali per sviluppare strategie di Brand Sentiment. È previsto inoltre il rinforzo delle competenze relazionali e di creatività oltre che di pensiero divergente dei discenti al fine di rendere maggiormente efficace la gestione delle relazioni con gli Stakeholders, istituzionali e non, dell'azienda.

Programma

LE SKILLS DELL'ADDETTO ALLA COMUNICAZIONE, AL BRANDING E ALLE PUBBLICHE RELAZIONI

- Introduzione al profilo professionale;
- Ruolo e Mansioni dell'addetto alla comunicazione, al branding e alle pubbliche relazioni;
- Settore aziendale di riferimento per la figura;
- Orientamento lavorativo: stesura di un cv efficace e della lettera di presentazione;
- Come cercare lavoro in modo strategico: la corretta lettura di un annuncio di lavoro;
- I canali di candidatura sia telematica, sia fisica;
- Le principali agenzie per il lavoro.

MARKETING E COMUNICAZIONE EFFICACE

- Gli assiomi della comunicazione;
- Tecniche e comportamenti per la gestione della comunicazione verbale, non verbale e paraverbale;
- Gestione delle difficoltà comunicative dentro e fuori l'azienda;
- Pianificazione e gestione di campagne tematiche attraverso i social network: facebook; instagram; twitter.

BRAND MANAGEMENT

- Definizione di brand e breve storia dei maggiori brand;
- La gestione trasversale del brand all'interno dell'azienda;
- Elementi di Brand Management: Sviluppo e implementazione di una strategia di brand;

- Il processo strategico di Brand Management: identificare e definire il posizionamento ed i valori del brand; pianificare e implementare programmi di Brand Marketing; misurare e interpretare la performance del brand; sviluppare e mantenere la Brand Equity;
- Modelli di processo di branding: creazione della propria identità di brand: pay-off e posizionamento comunicare il proprio brand.

PUBBLICHE RELAZIONI

- Il Ruolo e l'impatto delle Pubbliche relazioni nel sistema di comunicazione e marketing aziendale;
- I principali strumenti di pubbliche relazioni;
- La pianificazione strategica nelle pubbliche relazioni;
- L'identificazione del pubblico di riferimento,
- L'organizzazione delle attività di pubbliche relazioni;
- Strategie per la gestione dell'immagine e della reputazione;
- Sviluppo di un piano operativo di pubbliche relazioni;
- Implementazione delle iniziative di pubbliche relazioni;
- La misurazione e valutazione dei risultati.

VIDEO MARKETING

- Strategie di Video Marketing;
- StoryTelling: come sviluppare un racconto contagioso;
- Integrazione dei video all'interno dei piani marketing aziendali;
- Definizione del Target in funzione delle finalità del marketing plan;
- Il ROI delle campagne di video marketing;
- Teorie e Tecniche di ripresa, regia e montaggio video.