

Prot. n. *775*

Roma, 7 maggio 2015

*Ai Sigg. Presidenti degli
Enti di Promozione Sportiva*

Loro Sedi

Oggetto: Seminari SdS di Management Sportivo
Seminario su Costruire un messaggio pubblicitario
Roma, Scuola dello Sport, 14-15 maggio 2015




ho il piacere di informarVi che la Scuola dello Sport, nell'ambito delle iniziative didattiche previste nel Piano Formativo 2015, organizzerà, il 14 e 15 maggio prossimo presso il Centro di Preparazione Olimpica "G. Onesti" Coni di Roma, un Seminario dal titolo "Costruire un messaggio pubblicitario".

L'iniziativa, articolata in due giornate e della quale Vi allego il programma, si pone l'obiettivo di guidare i partecipanti nell'applicazione dei principi di marketing alle tecniche pubblicitarie per trasmettere i valori che il consumatore ha necessità di ritrovare nel prodotto ed è rivolta, in modo particolare, a coloro che si occupano di marketing e comunicazione o che, nelle Federazioni, Società Sportive, club e circoli, sono responsabili della comunicazione del loro ente, di un evento, di un corso, di un prodotto sportivo.

In considerazione della natura istituzionale di questa iniziativa formativa e nell'augurare che la Vostra Organizzazione favorisca la più ampia partecipazione possibile a coloro che possono essere interessati, Vi segnalo la possibilità di indicare alla nostra segreteria didattica (sds_catalogo@coni.it) un nominativo, tra coloro che operano nell'ambito dell'Ente, che potrà accedere al Seminario in maniera completamente gratuita.

Certa di un positivo riscontro, colgo l'occasione per inviarVi i miei più cordiali saluti.



Scuola dello Sport
Il Direttore
Rossana Ciuffetti

Costruire un messaggio pubblicitario

Roma, 14-15 maggio 2015
Centro di Preparazione Olimpica Giulio Onesti – Aula 6

Giovedì 14 maggio

ore 9.15 -9.30	Accoglienza, accredito dei partecipanti e consegna del materiale didattico	
ore 9.30 – 11.30	<p>Cos'è la comunicazione</p> <ul style="list-style-type: none"> – Marketing, l'esigenza dei consumatori – Marketing mix, come dialogare – Posizionamento, cosa comunicare – Comunicazione – Comunicazione pubblicitaria 	Alberto ACCIARI
ore 11.45-13.15	<p>Il Messaggio Pubblicitario</p> <ul style="list-style-type: none"> – Informazione e Comparazione – Persuasione e Ricordo – Organizzazione di una Agenzia di Pubblicità 	Claudia MELLACE
ore 13.15- 15.00	<i>Pausa pranzo</i>	
ore 15.00-17.30	<p>La Creatività</p> <ul style="list-style-type: none"> – Le Figure Creative – La Creazione del Messaggio (obiettivi, brief, riunione creativa, ...) 	Sara PORTELLO

Venerdì 15 maggio

ore 9.30 -10.30	<p>La Pianificazione del Messaggio</p> <ul style="list-style-type: none"> – Le Figure della Pianificazione 	Alberto ACCIARI
ore 10.45 -12.30	La Pianificazione	Massimo MARTELLINI
ore 12.30-13.15	Dal lato dell'Azienda, della Concessionaria, del Centro Media	Alberto ACCIARI Massimo MARTELLINI
ore 13.15- 15.00	<i>Pausa Pranzo</i>	
ore 15.00- 16.30	<p>Le Campagne dello Sport</p> <ul style="list-style-type: none"> – Case History e contenuti Impliciti ed espliciti 	Alberto ACCIARI Claudia MELLACE

Relatori, Tecnici ed Esperti partecipanti ai lavori

Alberto Acciari	<i>Docente di Marketing dello Sport presso Università Foro Italico, Presidente di Acciari Consulting</i>
Claudia Mellace	<i>Deputy General Manager dell'agenzia D'Adda, Lorenzini Vigorelli BBDO (responsabile della sede di Roma), è stata anche responsabile ufficio stampa eventi di Telecom Italia e Project Manager in BNL Eventi</i>
Sara Portello	<i>Direttore creativo della DLV BBDO (sede di Roma) è stata precedentemente art director presso l'agenzia Lowe, Lintas & partner</i>
Massimo Martellini	<i>Amministratore delegato di Sport Network, presidente della Federazione Concessionarie di Pubblicità</i>