

BRAND ACTIVISM: COSTRUIRE UN IMPATTO SIGNIFICATIVO ATTRAVERSO CONSAPEVOLEZZA E AZIONE

Obiettivo generale del corso: contribuire ad una società più sostenibile e promuovere un impatto positivo sulla comunità è oggi l'obiettivo di molte aziende interessate a seguire l'evoluzione della Corporate Social Responsibility.

Il corso consente di conoscere e approfondire le metodologie di marketing e comunicazione che permettono di integrare il brand activism nella strategia aziendale, anche in relazione alla cultura digitale di impresa.

Modulo 1 - Attivismo del brand: principi fondamentali e modelli.

Modulo 2 - Costruire la vera credibilità del brand.

Modulo 3 - Inversione della marca e sostenibilità: valutazione delle nuove attività aziendali.

Modulo 4 - Evoluzione della Corporate Social Responsibility: identificare aree di miglioramento.

Modulo 5 - Consumatori e tematiche sociali: cause da sostenere.

Modulo 6 - Marketing e Comunicazione: definizione obiettivi e pianificazione azioni.

Modulo 7 - Stakeholder e massimizzazione dell'impatto.

Modulo 8 - Integrare la sostenibilità nei processi aziendali.

Modulo 9 - Governance aziendale. Case study.

Modulo 10 - Metodi di comunicazione efficace per la sostenibilità.

Modulo 11 - Impiego di linguaggi sperimentali e architettura dei valori: le narrazioni convincenti.



Alta Formazione

Modulo 12 – Analisi comparativa di case study.

Modulo 13 – Feedback e adattamenti della strategia.

Modulo 14 – La cultura digitale: la relazione con l'ambiente e con i consumatori impegnati.

Modulo 15 - Diritti e doveri dei lavoratori; Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro