NIMP videolezioni 1° edizione

Novartis Influencer Masterclass for Patients (NIMP), nata nel 2019, è un master di formazione rivolto alle Associazioni Pazienti che di anno in anno propone un tema differente con lo scopo di sviluppare le competenze delle Associazioni Pazienti perché siano capaci di relazionarsi con le Istituzioni e gli altri partner del Sistema Salute in un contesto sempre più complesso

La prima edizione di NIMP ha promosso un percorso innovativo di formazione sulle modalità di comunicazione tradizionali, digitali e creative. E' stato realizzato in collaborazione con NABA e AboutPharma.

nr1 - Il piano di comunicazione

Obiettivo: fornire ai partecipanti la consapevolezza degli elementi di base per la definizione di una strategia di comunicazione.

1.1 Dal rumore alla comunicazione

1.2 Il piano di comunicazione

1.3 Strategia e tattica

1.4 Facciamoci delle domande

1.5 Il punto di vista

1.6 Il target

1.7 Promettere e mantenere

1.8 Reason why

1.9 Tono e stile

1.10 Cosa, come e dove

1.11 Ikea

nr2 – Creatività, Persuasione, Scrittura

Obiettivo: fornire ai partecipanti gli strumenti per comprendere i differenti approcci possibili al tema della scrittura in funzione dei media da impiegare.

2.1 Creatività

2.2 Creatività, una definizione

2.3 Come avere un'idea

2.4 Insight

2.5 Idee capaci di persuadere

2.6 Scrittura per persuadere ed emozionare

2.7 Parole che persuadono

2.8 Alla ricerca di una parola diversa

nr3 – Progettare la comunicazione

Obiettivo: fornire ai partecipanti la conoscenza di come impostare correttamente il tema della scrittura e delle informazioni nell'ambito della comunicazione sui social network.

3.1 Empatia ed intuizione

3.2 Elementi di base

3.3 Show, don't tell

3.4 Scrivere le regole di base

3.5 Tornano le regole di base, attenzione al tono di voce

3.6 Essere efficaci

3.7 Titoli, consigli di forma e contenuto

nr4 – I Social Media

Obiettivo: fornire ai partecipanti una versione panoramica della storia dei social media e delle strategie per impiegarli correttamente in funzione di un determinato obiettivo di comunicazione.

4.1 Social Media nel mondo e in Italia

4.2 Le domande da porsi, la gestione del profilo

4.3 Le domande da porsi, la produzione di un post

4.4 L'Interazione prima di tutto

4.5 La moderazione

4.6 Facebook o Instagram. Entrambi!

4.7 E Twitter

nr5 – Creare una impaginazione

Obiettivo: fornire ai partecipanti gli strumenti per comprendere i significati e i linguaggi che le immagini sono in grado di esprimere, con riferimento alla fase di progettazione, alla fase di ripresa e all'impiego finale delle immagini stesse.

5.1 L'immagine

5.2 Formati e risoluzione

5.3 Caratteristiche

5.4 Ricerca immagini

5.5 Diritti d'autore

5.6 Banche d'immagini

5.7 Come scegliere

5.8 Errori da evitare

5.9 Regolazione e scelte di colore

nr6 – La tipografia

Obiettivo: fornire ai partecipanti gli strumenti base del progetto di composizione tipografica.

6.1 Anatomia e gerarchia dei font

6.2 Composizione

6.3 La scelta dei font

6.4 Leggibilità

6.5 Impostazione testi

6.6 Riga di testo

6.7 Cosa evitare

6.8 Settaggi testo

nr7 – La grafica

Obiettivo: fornire ai partecipanti gli strumenti base del progetto di composizione grafica

7.1 Unione immagine e testo

7.2 Possibili composizioni

7.3 Cosa evitare

nr8 – Il video

Obiettivo: fornire ai partecipanti gli strumenti base per affrontare un semplice operazione di montaggio o postproduzione mediante l'impiego di uno smartphone

8.1 I video online, panorama

8.2 Progettare un video, la preproduzione

8.3 Le riprese

8.4 La postproduzione

8.5 Esportare e pubblicare

nr9 – Strumenti della comunicazione

Obiettivo: fornire ai partecipanti i principali rudimenti dell'informazione giornalistica - a partire dall'identificazione della notizia fino al suo confezionamento e diffusione sui principali canali - chiarendo la differenza con la comunicazione tout-court scientifica e non.

9.1 Il comunicato stampa

9.2 La cartella stampa

9.3 Ingolosire con la notizia

9.4 I parametri della notizia

9.5 Caratteristiche e Notiziabilità

9.6 La regola delle 5 W

9.7 L informazione giornalistica

nr10 – Patient Advocate

Obiettivo: definire il ruolo del patiente advocate: chi è, cosa fa e come si sviluppa questa fuga dal 900 ad oggi. Ripercorrere alcune storie emblematiche e capire quali ambiti d'azione e strumenti a disposizione ha il patient advocate oggi.

10.1 Il Patient Advocate

10.2 Case histories

10.3 Gli ambiti di azione

10.4 Formazione e lobbyng

10.5 Lo scenario futuro

Vedi le videolezioni della 2° Edizione

Ascolta i podcast Our Voices Matter

Torna alla pagina iniziale NIMP

Source URL: *https://www.novartis.com/it-it/il-paziente/area-dedicata-ai-pazienti-e-alle-associazioni-pazienti/novartis-influencer-masterclass-patients/nimp-videolezioni-1deg-edizione*

List of links present in page

- https://www.novartis.com/it-it/it-it/il-paziente/area-dedicata-ai-pazienti-e-alle-associazioni-pazienti/novartis-influencer-masterclass-patients/nimp-videolezioni-1deg-edizione
- https://www.novartis.com/it-it/it-it/nimp-videolezioni-2deg-edizione
- https://www.novartis.com/it-it/it-it/our-voices-matter-podcast-di-nimp
- https://www.novartis.com/it-it/it-it/novartis-influencer-masterclass-patients