Corso di formazione – Calendario e programma

Modulo 1: AI a supporto della progettazione e ideazione · Modulo 2: Strategie di marketing e comunicazione

Durata	Lezioni	Orario	Periodo
48 ore	**16 × 3 ore**	**17:00 – 20:00**	**15 gen – 19 feb**
2 moduli da 24 ore	lunedì, mercoledì, venerdì		2027, 6 settimane

Modulo 1 – AI a supporto della progettazione e ideazione (24 ore)

#	Data	Argomenti
1	Ven 15 gennaio	**Introduzione all'AI generativa** Cosa è, come funziona, cosa sa fare e cosa no; panoramica degli strumenti per testo, immagini, video e audio; rischi, limiti, privacy e diritto d'autore.
2	Lun 18 gennaio	**Scrivere le richieste all'AI (prompt)** Struttura della richiesta, contesto, ruolo, esempi e vincoli; miglioramento per passaggi; esercitazione con modelli di prompt riutilizzabili.
3	Mer 20 gennaio	**AI per la ricerca e l'analisi** Studio di mercato, concorrenti e trend; sintesi di documenti e dati; buyer persona; verifica delle fonti.
4	Ven 22 gennaio	**AI per l'ideazione** Brainstorming guidato, tecniche creative (SCAMPER, mappe mentali, «e se…»), generazione e selezione delle idee, naming e concept di prodotto o servizio.
5	Lun 25 gennaio	**AI per la progettazione** Dall'idea al progetto: bisogni, obiettivi, struttura, tempi e risorse; analisi SWOT e business model canvas con l'AI.
6	Mer 27 gennaio	**AI per i contenuti visivi** Generazione e modifica di immagini, moodboard, bozze di logo, packaging e materiali di comunicazione; coerenza dell'identità visiva.
7	Ven 29 gennaio	**AI per testi e presentazioni** Schede, proposte, presentazioni e brevi video; adattamento del tono a pubblici e canali diversi.
8	Lun 1 febbraio	**Laboratorio finale** Ogni partecipante sviluppa con l'AI un progetto completo, dall'idea alla presentazione, e lo espone al gruppo; buone pratiche per l'uso quotidiano.

Modulo 2 – Strategie di marketing e comunicazione (24 ore)

#	Data	Argomenti
9	Mer 3 febbraio	**Fondamenti di marketing e comunicazione** Marketing strategico e operativo; il marketing mix; il percorso del cliente; il ruolo della comunicazione nell'impresa.
10	Ven 5 febbraio	**Analisi del mercato e posizionamento** Mercato di riferimento, concorrenza, segmentazione e target; proposta di valore e posizionamento dell'impresa.
11	Lun 8 febbraio	**Brand e identità** Marchio e identità aziendale; valori e promessa al cliente; tono di voce; storytelling d'impresa.
12	Mer 10 febbraio	**Marketing B2B e B2C** Differenze tra mercati business e consumer; proposta commerciale; canali di vendita e distribuzione; fidelizzazione dei clienti.
13	Ven 12 febbraio	**Il piano di comunicazione** Obiettivi, pubblico e messaggi; canali tradizionali e digitali (sito, social, email, campagne a pagamento); calendario editoriale.
14	Lun 15 febbraio	**Sostenibilità, qualità e trasparenza** Certificazioni, tracciabilità e responsabilità sociale come leve di comunicazione; come evitare il greenwashing.
15	Mer 17 febbraio	**Eventi, relazioni e misurazione dei risultati** Eventi e fiere, relazioni con i media, partnership e co-marketing; misurazione dei risultati con indicatori e dati.
16	Ven 19 febbraio	**Laboratorio finale** In gruppi: piano di marketing e comunicazione per un'impresa o un progetto a scelta, con presentazione e confronto.

Tutte le lezioni si svolgono dalle 17:00 alle 20:00. Nei laboratori del Modulo 2 i partecipanti applicano gli strumenti di AI appresi nel Modulo 1.