

CORSO AVANZATO

Valido per la qualificazione e
l'aggiornamento professionale dei soci

“

TV: uno scenario dei più recenti sviluppi

Milano, 26 ottobre 2011

Docente: **Ferdinando Aldè**
Nicola Polli
Rodolfo Rotta Gentile
Media Consultants



La formazione delle idee

TV: uno scenario dei più recenti sviluppi

Milano, 26 ottobre 2011

ABSTRACT

La televisione, il più classico dei mezzi di comunicazione, è in continua trasformazione creando nuovi scenari e nuove opportunità. Il seminario è un percorso attraverso la digitalizzazione e le principali trasformazioni che questa comporta a vari livelli: Auditel e indagini di ascolto, emittenti e tipologie, fruizione/ascolto, nuovi format. In particolare la mattinata sarà dedicata all'approfondimento del contenuto e degli sviluppi dell'indagine Auditel.

DESTINATARI

Tutti gli operatori della comunicazione.

L'indagine Auditel, attiva dal 7 dicembre 1986 è uno strumento insostituibile per conoscere in modo approfondito gli ascoltatori della televisione in Italia.

DOCENTI

Ferdinando Aldè

general manager, chief scientist officer

Inizia la sua "avventura" nel mondo della pubblicità nel 1972, quando collabora con la Adverto (editrice di Media Forum) alla diffusione de "L'Infomark", una serie organica di rapporti di market information.

Nel 1974 segue "L'Infomark" in Mondadori-Espansione e nel periodo immediatamente successivo collabora anche alla diffusione dei servizi di analisi territoriale "Essetiemme".

Dopo l'assorbimento di Espansione da parte della Mondadori, inizia un periodo di collaborazione professionale con Enrico Robbiati e da un'intensa collaborazione con Media Forum.

Sempre in questo periodo partecipa all'organizzazione dei primi convegni di Media Forum ed alla realizzazione del primo censimento di radio e televisioni locali operanti in Italia.

L'impatto con il "calcolatore elettronico" e le tecniche di analisi e di elaborazione dei dati diventa sempre più importante e, durante il 1978, provoca una modifica del tipo di attività svolta fino a quel momento e sfocia nella collaborazione a tempo pieno con la Media Consultants. Durante questo periodo entra in stretto contatto con le tecniche di analisi e pianificazione pubblicitaria e, alla fine del 1980, termina la sua attività professionale indipendente entrando in staff in Media Consultants.

Nicola Polli

Svolgendo attività di Customer Care da più di 15 anni, la sua esperienza si è formata col contatto diretto del cliente imparando a gestire le loro esigenze problematiche e urgenze. Da 4 anni svolge presso Media Consultants il compito di coordinamento del gruppo Customer Care e gestione lavori.

Rodolfo Rotta Gentile

Dal dicembre 1986 lavora in Media Consultants dove, attualmente, è responsabile ricerca e sviluppo. Si occupa e collabora a studi sulla fruizione dei mezzi attraverso l'analisi delle principali indagini del settore, alla ideazione, revisione, progettazione, prototipazione e validazione di strumenti software e di approcci metodologici da proporre al mercato dei pianificatori. Ciò implica il costante contatto diretto con reparti di pianificazione e media research dei centri media e con uffici marketing di editori e concessionarie di pubblicità, il coordinamento di product manager ad account e della loro attività relativamente ai prodotti stessi.

Altre responsabilità riguardano l'interpretazione dei risultati delle analisi effettuate da Media Consultants o dai suoi clienti, la conoscenza e l'approfondimento della modellistica applicata, delle peculiarità delle indagini utilizzate e dei possibili effetti dati dai relativi legami.

Ha partecipato a molti progetti di analisi delle informazioni nell'ambito "classico" della pianificazione dei mezzi affrontando sia l'approccio dell'agenzia che quello della concessionaria.

Si è inoltre occupato di algoritmi genetici ed evolutivi applicati alle ottimizzazioni di piani media, della ricerca e costruzione di cluster di fruizione della televisione, della correlazione tra probabilità di ascolto e limiti relativi alle stime di audience attribuibili, di analisi della correlazione tra pressione pubblicitaria, memorizzazione e quote di vendita.

Si è occupato e si occupa di formazione relativamente ai tool sviluppati e distribuiti dall'azienda e della preparazione delle presentazioni dei prodotti impegnandosi sia in prima persona sia coordinando e istruendo il gruppo di docenti. Altro ambito di formazione in cui è impegnato in prima persona è quello relativo a seminari e corsi di addestramento relativamente alla pianificazione dei mezzi e all'analisi dei dati delle principali indagini consumo/fruizione dei mezzi.

La formazione delle idee

TV: uno scenario dei più recenti sviluppi

- Aldè, Polli, Rotta Gentile -

QUANDO

Mercoledì, 26 ottobre 2011
dalle ore 9.30 alle ore 17.00

DOVE

Sede TP - Via A. Salaino, 7 - Milano

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Soci TP: E 300,00 + iva 21%
Collaboratori dei Soci TP: E 350,00 + iva 21%
Esterni: E 400,00 + iva 21%

Sconti per esterni:

- 20% se appartenenti ad Associazioni convenzionate
- 40% studenti universitari

MODALITA' DI PAGAMENTO

La quota deve essere versata all'atto dell'iscrizione effettuando il pagamento tramite:

Bonifico bancario intestato a:

TP Associazione Italiana Pubblicitari

Professionisti

Via Salaino, 7 - 20144 Milano

Coordinate bancarie:

Banca Intesa-SanPaolo - Filiale n. 32
Via Fontana, 22 - Milano
IBAN: IT54W03069 01627 100000010545

Assegno bancario o circolare intestato a:

TP Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti
Milano

INFO

Segreteria TP

Telefono 02 65 58 41

Fax 02 48 57 82 50

e.mail: tp@associazione-tp.it

sito www.associazione-tp.it

MATERIALE DIDATTICO

Ai partecipanti sarà distribuito materiale inerente il corso.

ATTESTATO DI FREQUENZA

Al termine del corso verrà distribuito ai partecipanti l'attestato di frequenza

AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE

Il corso è valido per la qualificazione e l'aggiornamento professionale dei soci TPP

TERMINE ISCRIZIONE

Le iscrizioni si chiudono 7 giorni prima dell'inizio del corso

SCHEDA DI PARTECIPAZIONE

L'iscrizione si intende perfezionata al momento del ricevimento da parte di TP, della presente scheda - **da inviarsi via fax** (02 48578250) debi-tamente compilata in tutte le sue parti e sottoscritta per accettazione.

Allegare copia del **bonifico bancario** e/o **assegno bancario/circolare**

DATI DEL PARTECIPANTE

Nome _____ Cognome _____
Indirizzo _____
Città _____ Cap. _____ Prov. _____
Tel _____ Fax _____
Cellulare _____
e.mail _____
Società _____ Tel. _____ Fax _____
Settore di attività _____
Mansioni _____ dal _____
Studi effettuati _____

DATI PER LA FATTURAZIONE

Intestatario fattura _____
P.IVA _____
Codice Fiscale _____
Indirizzo _____
Città _____ Cap. _____ Prov. _____

PAGAMENTO EFFETTUATO

Bonifico bancario di Euro _____ emesso il _____
 Assegno bancario o circolare di Euro _____ emesso il _____
della Banca _____

L'iscrizione ai corsi è valida solo se accompagnata dalla relativa quota di partecipazione.

L'annullamento del corso da luogo al rimborso dell'importo versato all'atto dell'iscrizione.

Lo spostamento del corso entro 120 gg non è soggetto a nessun rimborso.

In caso di rinuncia (accettate solo scritte) verranno applicate le seguenti trattenute sulla quota di partecipazione:

10% se la rinuncia pverrà prima del settimo giorno dall'inizio del corso

50% se pverrà dopo tale termine

Nessun rimborso a chi non si presenta senza preavviso

Il sottoscritto autorizza l'inserimento dei propri dati nell'elenco Corsi promozione ed aggiornamento TP. I dati richiesti saranno usati per il Corso, le relative comunicazioni, per future informazioni su successivi programmi di formazione e aggiornamento; saranno conservati presso TP Milano - Via A. Salaino, 7 - dove ogni interessato potrà rivolgersi per l'esercizio dei propri diritti (art. 10 e 13 L.675/96)

Il sottoscritto autorizza TP a informarlo su successivi programmi di formazione e aggiornamento all'indirizzo e-mail sopraindicato.

N.B.: La realizzazione dei corsi è subordinata al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.(n.7)

FIRMA PER ACCETTAZIONE

(con timbro se azienda)

DATA _____

La formazione delle idee