



ASTORRI sas
PROGRAM DIRECTOR SEMINAR

4^ edizione: 15, 16 e 17 novembre 2006

*"Crescere nel pensare la radio
per fare meglio la radio."*

www.astorri.it

ASTORRI sas
Residenza Spiga, 161 - 20090 - Milano Due, Segrate - ITALY
Tel: +39 02 3655494 - Fax: +39 02 99986544

PROGRAM DIRECTOR SEMINAR

Mercoledì, 15 novembre 2006 ANALYSIS DAY

Ore 11:00

**Strumenti di ANALISI e Piani di AZIONE:
i primi passi per leggere e agire nella realtà radio.**

Analisi dei Trend
Analisi dello Schema di Business
Analisi dei Temi Scottanti
Analisi del Problema Originario
Analisi del Ciclo di Vita
Analisi Lineare dell'Evoluzione Organizzativa
Analisi dei Fattori di Forza
Analisi dei Fattori di Debolezza
Analisi dei Fattori di Pericolo
Analisi dei Fattori di Opportunità
Scenari Possibili e Piani di Azione

[Testo in Lingua Inglese Disponibile]

Ore 13:00

[Light Lunch]

Ore 15:00

**L'Analisi dell'Ascolto del Mezzo Radio con la RICERCA AUDIRADIO:
tutte le evidenze da conoscere nel complesso, prima che sulla propria stazione.**

Penetrazione del mezzo nella popolazione italiana
Caratteristiche socio-demografiche degli ascoltatori della radio
Curve di ascolto nei quarti d'ora nei giorni della settimana
Numeri a confronto tra radio nazionale e radio locale
Numeri a confronto tra radio e televisione
L'ascolto è mobile: trend sull'ascolto della radio fuori casa
Tutte le tendenze e i dati più significativi della radio

Ore 17:00

Analisi dell'Ascolto del Mezzo con l'ausilio di RICERCHE QUALITATIVE.

Evidenze da ricerche motivazionali fin qui condotte in Italia: la percezione del pubblico.
L'area musica nella percezione del pubblico.
L'area attualità nella percezione del pubblico.
L'area conduzione nella percezione del pubblico.
L'area interattività nella percezione del pubblico.
Ricerche specifiche nelle 4 aree delle ricerche motivazionali.
Esempi di modalità di ricerche sulla musica facilmente realizzabili.
[Dispensa Disponibile]

Ore 19:00

Fine della Sessione Diurna

Ore 20:00

[Cena offerta dall'organizzazione del Seminario]

Giovedì, 16 novembre 2006 BRANDING DAY

Ore 09:00

Radio di Programmi

La costruzione del programma
La scaletta del programma
La scelta dei personaggi
Il gruppo di lavoro
L'autore, l'artista dei contenuti
Esempi di programmi di grande successo

Ore 11:00

Radio di Flusso

Il concetto della radio di flusso
I punti di forza della radio di flusso
Un caso di radio di flusso musicale
Clock base e tecniche del clock in una radio di flusso musicale
Un caso di radio di flusso parlata
Clock base e tecniche del clock in una radio di flusso parlata

Ore 13:00

[Light Lunch]

Ore 15:00

Teoria e Tecnica dei Formati

Il formato
La formatica secondo Keith
I formati musicali; AC, CHR, Adult Standards, AOR, Classic Rock, Urban, ecc.
I formati parlati: News, Talk, Sports, ecc.
Formatica in Italia: analisi delle radio nazionali e locali più significative

Ore 17:00

Teoria e Tecnica del Branding

Il brand è come un folder
La chiarezza nel brand
La percezione del brand di una stazione radio
Un esempio di branding

Ore 19:00

Fine della Sessione Diurna

Ore 21:00

Sessione di Discussione (case studies)

Nella sessione serale, la cui partecipazione è libera, gli studenti possono esporre i loro casi. Questi vengono discussi apertamente e/o separatamente con i docenti.

Ore 23:00

Fine della Sessione Serale



Venerdì, 17 novembre 2006 PROGRAM DIRECTOR DAY

Ore 09:00

Applicazioni Organizzative per il Program Director

Rapporto McKinsey/NAB: "Radio in search of excellence"
Cosa fanno le emittenti vincenti nella strategia
Come fanno le emittenti vincenti nella organizzazione
Esempi organizzativi di stazioni radiofoniche
Organigrammi di esempio di stazioni radiofoniche

Ore 11:00

I conduttori e il Program Director: un rapporto molto particolare

I dieci comandamenti dei conduttori
Lo show-prep
La costruzione degli interventi
Altri doveri del conduttore
Program Director e Conduttori: generare solo il meglio

Ore 13:00

[Light Lunch]

Ore 15:00

Il profilo del grande Program Director

Funzioni del Program Director
Funzioni del Music Director
Funzioni del Production Director
Funzioni del News Director
Il profilo del grande Program Director



Modulo di Iscrizione

Program Director Seminar

Nome _____ Cognome _____

Anno di nascita _____

Indirizzo _____

Città _____ Cap _____ Provincia _____ Paese _____

E-mail _____ Società _____

P. IVA _____ Posizione _____

Cellulare _____ Telefono _____

Consenso ex art. 23 del D. Lgs. n. 196/03

Do il consenso

Non do il consenso

Il costo del corso è di Euro 1190,00.

	Tipologia sconto	Sconto%	Totale IVA inclusa
Prezzo Base			€ 1.428
Sconto Addetti alla Radiofonia Locale		15%	€ 1.214
Sconto Addetti alla Televisione Musicale		35%	€ 928
Sconto Studenti, Non Operatori		50%	€ 714

MODALITA' DI PAGAMENTO:

Bonifico Bancario dell'importo di € entro il 31 ottobre 2006

MONTE DEI PASCHI DI SIENA
Ag. Milano 2 - Segrate (MI)
c/c 000000817727
Abi: 01030
Cab:20600

Dati per la fatturazione:

**Si desidero partecipare al PROGRAM DIRECTOR SEMINAR - 15/17 novembre 2006
C/o Pro Radio Srl - Via Marcora, 6 - 20121 Milano**

Data

Firma

Inviare il presente modulo via fax al n. +39 02 99986544