



Università telematica delle
Camere di Commercio Italiane

MASTER di I Livello

DIGITAL MARKETING

1^a EDIZIONE

1500 ore 60 CFU

Anno Accademico 2015/2016

MA001

| | |
|------------------------|--|
| Titolo | DIGITAL MARKETING |
| Edizione | 1 ^a EDIZIONE |
| Area | MANAGERIALE |
| Categoria | MASTER |
| Livello | I Livello |
| Anno accademico | 2015/2016 |
| Durata | Durata annuale, per un complessivo carico didattico pari a 1500 ore corrispondenti a 60 CFU |
| Presentazione | <p>L'economia digitale nasce e si sviluppa con la diffusione dell'Information and Communication Technologies (ICT). L'ICT offre alle organizzazioni e agli individui capacità di elaborazione e di comunicazione sempre maggiori a costi decrescenti.</p> <p>In questo contesto in continua evoluzione, si aprono per le imprese enormi opportunità che richiedono la definizione di una corretta strategia di sfruttamento, integrata o coincidente con la strategia complessiva dell'impresa, al fine di accrescere il valore complessivo dell'offerta grazie all'impiego degli strumenti digitali e alla selezione di obiettivi commisurati al mercato potenziale globale offerto dal Web.</p> <p>Il Master in Digital Marketing intende:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ fornire ai giovani e alle imprese una visione dell'attuale scenario economico che caratterizza il mercato dell' "online" attraverso aspetti concettuali e analisi di scenario. ◦ introdurre le start-up e le PMI ad una varietà di strategie di sfruttamento del Web, centrate sugli, ma non limitate agli, strumenti di marketing digitale e di gestione dei big data. ◦ trasferire ai partecipanti il know-how per iniziare a utilizzare da subito nelle proprie organizzazioni gli strumenti del marketing digitale o per aggiornare le competenze già possedute nell'ambito digitale, ricercando consapevolmente (e in sicurezza sotto il profilo legale) il pieno sfruttamento delle potenzialità del Web. |

| | |
|--|--|
| <p>Finalità</p> | <p>Internet e i progressi nella digitalizzazione e nel social networking stanno trasformando i processi di interazione delle aziende con i clienti e i partner. La specializzazione in Digital Marketing procura agli studenti e ai manager le competenze strategiche e di analisi per guidare le organizzazioni in un mondo digitale che è traboccante di dati sui clienti, prodotti e interazioni con questi.</p> <p>Il Master si propone di fornire un percorso ordinato e organizzato dei contenuti legati all'attuale scenario e alle sue evoluzioni, agli strumenti in uso e a quelli in divenire per la corretta e vincente gestione dei fenomeni del Digital in azienda.</p> <p>I partecipanti sono immersi in un reale percorso pratico basato sulle metodologie analitiche, strategiche e operative attraverso cui capire quali sono gli strumenti e le risorse più corrette da coinvolgere rispetto agli obiettivi aziendali/imprenditoriali che si vogliono raggiungere.</p> <p>I moduli PRO consentono ai partecipanti di acquisire delle competenze tali da non dovere ricorrere ogni volta al parere e al supporto di esperti del settore.</p> <p>I contenuti del programma saranno aggiornati secondo le nuove tendenze nel momento della fruizione.</p> |
| <p>Riconoscimenti</p> | <p>Il conseguimento del Diploma Master consente l'iscrizione al secondo anno della Laurea Magistrale LM-77 di Universitas Mercatorum.</p> |
| <p>Comitato Tecnico Scientifico</p> | <p>Per la didattica l'Ateneo si avvale di un Comitato Scientifico composto da docenti universitari ed esperti espressione del mondo professionale e imprenditoriale al fine di trasferire efficacemente competenze pratico-operative.</p> |
| <p>Competenze abilità</p> | <p>Il Master consentirà ai partecipanti di perfezionare le proprie competenze, capacità e conoscenze, fornendo solidi vantaggi nella gestione del Digital Marketing.</p> <p>In dettaglio, il Master si prefigge di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • fornire una conoscenza approfondita dello scenario digitale e del suo ruolo nell'economia, facendo acquisire agli allievi una visione ampia delle contaminazioni digitali nell'economia e nel marketing management. • trasferire ai partecipanti metodologie e tecniche aggiornate per consentire agli stessi di possedere le competenze necessarie per la corretta gestione di tutti gli strumenti del digital. |
| <p>Destinatari</p> | <p>Neolaureati, occupati nel settore.</p> |

| <p>Strumenti didattici</p> | <p>La metodologia didattica prevede l'utilizzo di percorsi didattici costituiti da learning objects (unità di contenuto didattico), in cui convergono molteplici strumenti, materiali e servizi, che agiscono in modo sinergico sul percorso di formazione ed apprendimento dello studente.</p> <p>Il discente, infatti, dispone di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • testo scritto della lezione, con riferimenti bibliografici e note; • diapositive (arricchite da testi, tabelle, immagini, grafici) commentate in audio dal docente; • filmati delle lezioni, disponibili in modalità sincrona e/o asincrona; • esercitazioni di autovalutazione per la verifica dello stato di apprendimento. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|-----------|-----------|-------------|-----|-----|---|---|-----------|---|-----|---|-----------------------------|-----------|---|-----|---|------------------|-----------|---|----|---|---|-----------|---|-----|---|------------------|-----------|---|----|---|------------|-----------|---|----|---|------------|-----------|---|----|---|------------------------|-----------|---|-----|---|------------------------------------|--|---|-----|----|-----------------|--------|---|----|----|---------------------|-----------|---|-----|----|----------------------------------|-----------|---|----|----|-------------|--|----|-----|----|------|--|---|-----|---------------|--|--|-----------|-------------|
| <p>Sbocchi occupazionali</p> | <p>Digital marketing manager, digital media planner, web marketing manager, e-commerce manager, community manager, web account manager, business analyst, db administrator, search engine expert, advertising manager, web content specialist, on-line store manager.</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>Contenuti</p> | <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Tematica</th> <th>SSD</th> <th>CFU</th> <th>ORE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Gli scenari economici, tecnologici e sociali dell'industria dei media</td> <td>SECS-P/02</td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Fondamenti di WEB Marketing</td> <td>SECS-P/08</td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Search Marketing</td> <td>SECS-P/08</td> <td>2</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Online Advertising (Il piano di comunicazione digitale integrato)</td> <td>SECS-P/08</td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Mobile Marketing</td> <td>SECS-P/08</td> <td>3</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>E-business</td> <td>SECS-P/08</td> <td>2</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>E-commerce</td> <td>SECS-P/08</td> <td>3</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Social Media Marketing</td> <td>SECS-P/08</td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>PRO - SEO/SEM (preparazione esami)</td> <td></td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>PRO - Legal Web</td> <td>IUS/04</td> <td>2</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>PRO - Web Analytics</td> <td>SECS-P/03</td> <td>4</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>12</td> <td>PRO - Modelli di business online</td> <td>SECS-P/07</td> <td>2</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>13</td> <td>Laboratorio</td> <td></td> <td>16</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>14</td> <td>Tesi</td> <td></td> <td>6</td> <td>150</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">Totale</td> <td>60</td> <td>1500</td> </tr> </tbody> </table> | | Tematica | SSD | CFU | ORE | 1 | Gli scenari economici, tecnologici e sociali dell'industria dei media | SECS-P/02 | 4 | 100 | 2 | Fondamenti di WEB Marketing | SECS-P/08 | 4 | 100 | 3 | Search Marketing | SECS-P/08 | 2 | 50 | 4 | Online Advertising (Il piano di comunicazione digitale integrato) | SECS-P/08 | 4 | 100 | 5 | Mobile Marketing | SECS-P/08 | 3 | 75 | 6 | E-business | SECS-P/08 | 2 | 50 | 7 | E-commerce | SECS-P/08 | 3 | 75 | 8 | Social Media Marketing | SECS-P/08 | 4 | 100 | 9 | PRO - SEO/SEM (preparazione esami) | | 4 | 100 | 10 | PRO - Legal Web | IUS/04 | 2 | 50 | 11 | PRO - Web Analytics | SECS-P/03 | 4 | 100 | 12 | PRO - Modelli di business online | SECS-P/07 | 2 | 50 | 13 | Laboratorio | | 16 | 400 | 14 | Tesi | | 6 | 150 | Totale | | | 60 | 1500 |
| | Tematica | SSD | CFU | ORE | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Gli scenari economici, tecnologici e sociali dell'industria dei media | SECS-P/02 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Fondamenti di WEB Marketing | SECS-P/08 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Search Marketing | SECS-P/08 | 2 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Online Advertising (Il piano di comunicazione digitale integrato) | SECS-P/08 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Mobile Marketing | SECS-P/08 | 3 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | E-business | SECS-P/08 | 2 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | E-commerce | SECS-P/08 | 3 | 75 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Social Media Marketing | SECS-P/08 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | PRO - SEO/SEM (preparazione esami) | | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | PRO - Legal Web | IUS/04 | 2 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | PRO - Web Analytics | SECS-P/03 | 4 | 100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | PRO - Modelli di business online | SECS-P/07 | 2 | 50 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | Laboratorio | | 16 | 400 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Tesi | | 6 | 150 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Totale | | | 60 | 1500 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Attività</p> | <p>Ogni studente partecipa alle attività della propria classe virtuale, coordinata da tutor esperti dei contenuti e formati agli aspetti tecnico-comunicativi della didattica on-line, ed è seguito dal titolare della disciplina che è responsabile della didattica. L'attività di guida/consulenza è svolta attraverso la creazione di spazi virtuali interattivi sincroni e asincroni (forum, web conference, sessioni live, etc.) o, in caso di richieste di chiarimenti personalizzati, via e-mail.</p> <p>Attività Laboratoriali:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Definizione della strategia digitale e predisposizione del piano di comunicazione; pianificazione campagna Digital Display Advertising; pianificazione campagna AdWords; pianificazione campagna e-mail marketing e utilizzo della piattaforma; pianificazione di una strategia che si avvale dei nuovi ambienti mobile.</i> • <i>Creazione di un sito Web efficace.</i> • <i>Definizione ed implementazione di una strategia di Social Media Marketing: individuazione piattaforme social su cui acquisire visibilità; implementazione social asset (fan page, profili twitter, etc.); definizione strategia editoriale; predisposizione di un piano di social media advertising.</i> • <i>Esercitazioni su Google Analytics.</i> |
| <p>Adempimenti richiesti</p> | <p>Ai corsisti vengono richiesti i seguenti adempimenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • studio del materiale didattico, video e scritto, appositamente preparato; • superamento dei test di valutazione on-line; • superamento della prova finale in presenza. <p>Il corso potrà prevedere degli incontri in presenza ad integrazione delle attività formative.</p> <p><u>La calendarizzazione degli esami in itinere, che potrebbero svolgersi anche in momenti congiunti, avverrà sulla base del settore scientifico disciplinare (SSD).</u></p> <p>Gli esami si terranno presso la sede di Roma. Previo il raggiungimento di un numero minimo di candidati pari a 50 gli esami potranno essere svolti nelle sedi d'esame, in Italia, dell'Ateneo.</p> |
| <p>Titoli ammissione</p> | <p>Diploma di laurea triennale e/o laurea magistrale.</p> |
| <p>Termini iscrizione</p> | <p>15 Ottobre 2016</p> |
| <p>Condizioni</p> | <p>Il corso si attiva al raggiungimento di un numero minimo di 50 partecipanti.</p> <p>L'Università si riserva di attivare il corso anche con un numero inferiore.</p> <p>L'iscrizione comporta l'accettazione del Regolamento sulle condizioni d'utilizzo riportate sul sito.</p> |

| <p>Quota di iscrizione</p> | <p style="text-align: center;">€ 1500,00 (ai quali si aggiungono € 50.00 per spese di bollo)</p> <p style="text-align: center;">da versare in unica soluzione all'atto dell'iscrizione oppure mediante le seguenti rateizzazioni</p> <table border="1" data-bbox="529 414 1481 645"> <thead> <tr> <th></th> <th>RATA</th> <th>SCADENZA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>500€ + € 50.00 per spese di bollo</td> <td>all'atto dell'iscrizione</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>500€</td> <td>15 Dicembre 2016</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>500€</td> <td>14 Febbraio 2017</td> </tr> </tbody> </table> | | RATA | SCADENZA | 1 | 500€ + € 50.00 per spese di bollo | all'atto dell'iscrizione | 2 | 500€ | 15 Dicembre 2016 | 3 | 500€ | 14 Febbraio 2017 |
|---|--|--------------------------|------|----------|---|-----------------------------------|--------------------------|---|------|------------------|---|------|------------------|
| | RATA | SCADENZA | | | | | | | | | | | |
| 1 | 500€ + € 50.00 per spese di bollo | all'atto dell'iscrizione | | | | | | | | | | | |
| 2 | 500€ | 15 Dicembre 2016 | | | | | | | | | | | |
| 3 | 500€ | 14 Febbraio 2017 | | | | | | | | | | | |
| <p>Modalità pagamento</p> | <p>Il pagamento della quota di iscrizione e della marca da bollo, assolta virtualmente (da non apporre sulla domanda), avviene, secondo lo schema indicato nella presente scheda, mediante bonifico a favore di:</p> <p style="text-align: center;">UNIVERSITÀ TELEMATICA UNIVERISTAS MERCATORUM</p> <p>alle seguenti coordinate bancarie:</p> <p style="text-align: center;">IBAN IT 98 T 02008 03493 000103996044</p> <p>Indicare nella causale del bonifico "Nome e Cognome del corsista" seguito dal <u>Codice del corso e numero edizione.</u></p> <p>Si informa che non saranno emesse quietanze sui pagamenti ricordando che, ai fini fiscali per la determinazione del reddito, il bonifico, eseguito secondo le su riportate istruzioni, consente la detrazione del costo del corso.</p> | | | | | | | | | | | | |
| <p>Titolo Rilasciato</p> | <p>Diploma Master Universitario di I° Livello.</p> | | | | | | | | | | | | |
| <p>Trattamento dati personali</p> | <p>I dati personali e sensibili saranno custoditi e trattati nel rispetto del D.Lgs. del 30 giugno 2003, n. 196.</p> | | | | | | | | | | | | |
| <p>Iscrizione studenti stranieri</p> | <p>Gli studenti stranieri provenienti da Paesi non appartenenti all'Unione Europea dovranno presentare domanda di pre-iscrizione (entro la data stabilita ogni anno dal MIUR reperibile sul sito www.miur.it) presso la rappresentanza italiana competente per il territorio.</p> <p>Ai fini dell'iscrizione il candidato dovrà presentare dichiarazione di valore in loco del titolo conseguito e fotocopia autenticata degli studi compiuti. Tutti i documenti vengono rilasciati dalla rappresentanza italiana competente per territorio. Non verranno accettate domande presentate oltre i termini, prive dei succitati documenti e pervenute autonomamente e non tramite nota consolare.</p> <p>Non sono ammesse iscrizioni sotto condizione.</p> | | | | | | | | | | | | |

Informazioni

Per qualsiasi informazione inviare una e-mail al seguente indirizzo:

infomaster@unimercatorum.it (di carattere amministrativo e didattico)

o contattare il **NUMERO VERDE 800.185.458**