



**Università
San Raffaele**
Roma



CONSORZIO
UNIVERSITARIO
HUMANITAS

Master universitario di I livello

DIGITAL MARKETING

I Edizione

Anno Accademico 2023-2024

II classe

Master validato dal Consiglio Scientifico del Consorzio

Con il patrocinio di:



UNINDUSTRIA
UNIONE DEGLI INDUSTRIALI E DELLE IMPRESE
ROMA • FROSINONE • LATINA • RIETI • VITERBO

DIREZIONE

Prof.ssa Bice Della Piana
Dott. Pasquale Borriello

DIRETTORE ORGANIZZATIVO

Dott. Antonio Attianese

COORDINATORE

Dott. Gianfranco Picano

COMITATO SCIENTIFICO

Prof.ssa Bice Della Piana
Prof. Roberto Parente
Prof. Vittorio Scarano
Dott. Luca Barbieri
Dott. Raffaele Falcone
Dott. Angelo La Duca
Dott. Roberto Saracco

PRESENTAZIONE

Negli attuali business model il Digital Marketing ha assunto un peso rilevante, se non assoluto. Al Digital Marketing Specialist è richiesto un mindset specifico che combina competenze analitiche, creative e di adattabilità a contesti locali oltre che internazionali, multiculturali e multiprofessionali.

Il Master ha la finalità di trasferire conoscenze e competenze necessarie al Digital Marketing Specialist per analizzare, creare e comunicare in maniera efficace sia con riferimento a business model tradizionali che ambiscono a rendere operativa la trasformazione digitale che a business model totalmente digitali.

Il profilo professionale in uscita si riferisce ad un professionista in grado di usare contenuti visivi, storytelling e tecniche di gamification che possano catturare l'attenzione dei clienti e migliorarne l'engagement. Avrà conoscenza delle metriche di marketing per prendere decisioni informate e misurare il successo delle campagne di marketing oltre che trarre informazioni utili al miglioramento delle strategie future, ivi compresa la determinazione dei costi. Sarà in grado di collaborare e comunicare efficacemente con team multidisciplinari - come sviluppatori web, designer, grafici e specialisti di contenuti - oltre che team multiculturali.

PROFILO PROFESSIONALE

Il profilo professionale in uscita si riferisce ad un professionista in grado di usare contenuti visivi, storytelling e tecniche di gamification che possano catturare l'attenzione dei clienti e migliorarne l'engagement. Avrà conoscenza delle metriche di marketing per prendere decisioni informate e misurare il successo delle campagne di marketing oltre che trarre informazioni utili al miglioramento delle strategie future, ivi compresa la determinazione

dei costi. Sarà in grado di collaborare e comunicare efficacemente con team multidisciplinari - come sviluppatori web, designer, grafici e specialisti di contenuti - oltre che team multiculturali.

REQUISITI DI AMMISSIONE

Laurea triennale, preferibilmente L-31, L-8, L-20, Laurea magistrale/ specialistica, Laurea vecchio ordinamento o altro titolo di studio universitario conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente, preferibilmente LM-18, LM-32, LM-data, L-20

DURATA

Il master ha durata di un anno accademico e di 1500 ore pari a 60 CFU (Crediti Formativi Universitari).

TITOLO RILASCIATO

Diploma di Master universitario di I livello in "Digital marketing"

STRUTTURA

Modalità FAD asincrona

- Lezioni (didattica a distanza): 300 ore
- Project work, prove di verifica: 200 ore
- Studio individuale: 550 ore
- Tirocinio: 250 ore
- Esercitazioni e Prova finale: 200 ore

Modalità Blended

(FAD sincrona/asincrona/presenza)

- Lezioni (didattica a distanza): 150 ore
- Lezioni (presenza): 150 ore
- Project work, prove di verifica: 200 ore
- Studio individuale: 550 ore
- Tirocinio: 250 ore
- Esercitazioni e Prova finale: 200 ore

TIROCINIO

Il tirocinio si svolgerà:

- modalità FAD: virtuale e/o simulata con i docenti del Master (elaborazione di un project work, analisi e problem solving riguardante filmati e case study consegnati dai docenti, supervisione su casi presentati dagli allievi), elaborati da svolgere.
- modalità Blended: in presenza presso strutture convenzionate.

PROGRAMMA

SECS - P/08, DIGITAL MARKETING E DIGITAL BUSINESS MODEL, 7 CFU

- *Relationship Marketing*
- *Marketing Digitale*
- *Digital Business Model*
- *Revenue Models*



SECS – P/08 – SPS/08, COMUNICAZIONE DIGITALE, 6 CFU

- Elementi e assiomi della comunicazione
- Livelli e canali della comunicazione
- Content Strategy
- Brand design

SECS – P/08, SOCIAL MEDIA MARKETING, 6 CFU

- Funnel Marketing
- Buyer Persona
- Customer Life Time Value
- Determinazione dei costi

SECS – P/08, STAKEHOLDER ANALYSIS e GESTIONE DEI CANALI, 6 CFU

- Stakeholder Mapping
- Digital Stakeholder Engagement
- Digital Influencer Analysis
- Single channel, Multi-channel, Cross-channel, Omni-channel

SECS – P/08, EXPERIENCE MANAGEMENT, 6 CFU

- Customer Journey Mapping
- User e Citizen Experience
- Customer Obsession e Customer Centricity
- Modelli CX e CC, Metriche e misurazione

SECS -P/08 – SPS/08, INTELLIGENCE E TECNICHE DI RETENTION, 6 CFU

- Social Listening
- Social e Cultural Intelligence
- Online Community Build Up
- Gaming

SECS-P/08 – SPS/08, LO STORYTELLING MULTIMEDIALE, 5 CFU

- Lo storytelling
- La comunicazione dei progetti imprenditoriali
- La comunicazione del patrimonio culturale dell'impresa

SECS-P/08 – INF/01 – SPS/08, DATA DRIVEN MARKETING, 7 CFU

- Data Science per il Marketing
- Customer, Context e Network Analysis
- Data visualization
- Marketing predittivo

SECS -P/08, TEAM WORKING, 6 CFU

- Team virtuali
- Team multidisciplinari
- Team multiculturali
- Team virtuali
- Team multidisciplinari
- Team multiculturali

Esercitazioni, simulazioni e approfondimenti su diversi temi, ad es.:

- Content Strategy, Personas e Customer Journey (PW)
- Storytelling (PW)
- Gaming e retention (PW)
- Digital Stakeholder Engagement (PW)
- L'utilizzo della piattaforma Qualtrics Customer XM™ (PW)
- Virtual Classroom Assessment: Customer Centricity Index®

- Case Study: Customer Centricity e Customer Voice

- Assessment comunicativo (PW)
- Organizzazione di un pitch (PW)

DOCENTI

Prof.ssa Bice Della Piana, Professoressa Associata di Cross Cultural Management, Cross Cultural Competence, International Project Management ed Economia e Gestione delle Imprese, Dir. Scientifico del 3CLab, Università degli Studi di Salerno

Prof. Roberto Parente, Professore Ordinario di Innovation Management, Dir. Scientifico del LISA Lab, Università degli Studi di Salerno

Prof. Vittorio Scarano, Professore Ordinario di Cloud Computing, Dir. Scientifico ISIS Lab, Università degli Studi di Salerno

Prof. Alfonso Amendola, Professore Associato di Media Classici e Digitali, Sociologia dei Processi Digitali ed Internet Studies, Università degli Studi di Salerno

Prof. Mauro Feliziani, Creative Director Arkage, professore a contratto Università Sapienza, Roma

Dott.ssa Leslie J. Marin Palacio, Digital Marketing Specialist, Decathlon Italia

Dott.ssa Bianca Barone, Assegnista di ricerca Università degli Studi di Salerno, Founder Community Antropologi Al Lavoro

Dott. Luca Barbieri, giornalista e cofondatore di Blum, Business as a medium

Dott. Giovanni Binetti, value marketing e senior partner Arkage

Dott. Pasquale Borriello, CEO Arkage e co-founder Italian CXPA Network

Dott. Raffaele Falcone, country manager Italy Qualtrics

Dott. Gennai Gioni, Principal Solution Engineer Qualtrics

Dott. Federico Giuntella, Head of Human Insights Arkage

Dott. Andrea Montuschi, Employee Experience Strategist Qualtrics

Dott. Andrea Pomponi, Digital Strategist Arkage

Dott. Roberto Saracco, Digital Transformation IEEE

COSTO

FAD: € 2.500,00

BLENDED: € 4.000,00

Per info su rateizzazione, modalità di pagamento e iscrizioni consultare il sito www.consorziohumanitas.com

INFORMAZIONI

Consorzio Universitario Humanitas

Via della Conciliazione, 22

00166 Roma RM

Telefono: 06 3224818

Mail: master@consorziohumanitas.com

Web: www.consorziohumanitas.com





Il Consorzio Universitario Humanitas, ha tra i suoi associati l'Università degli Studi di Salerno, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Università Telematica San Raffaele Roma, la Pontificia Facoltà Teologica dell'Italia Meridionale – Sez. S. Luigi – Napoli, LUM – Libera Università Mediterranea “Giuseppe Degennaro”, Bari, l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù, l'IDI – Istituto Dermopatico dell'Immacolata, l'Istituto Universalus, il Consorzio Fortune, il C.I.R.P.S. – Centro Interuniversitario di Ricerca Per lo Sviluppo sostenibile, la Fondazione “Sapientia Mundi”, l'I.I.S.C.P.F. – Istituto Internazionale di Scienze Criminologiche e Psicopatologico Forensi.

Da oltre un decennio, svolge attività di ricerca scientifica e Alta Formazione a forte impatto professionalizzante, ha organizzato numerosi Master Universitari, Corsi di alta formazione e ha attivato Scuole di Specializzazione in Psicoterapia, diventando un centro di eccellenza e di riferimento nazionale, con diverse centinaia di studenti.

Il Consorzio è Provider accreditato all'Agenas per la formazione dei medici e delle professioni sanitarie ed è accreditato sulla piattaforma SOFIA per la formazione di docenti e dirigenti scolastici di ogni ordine e grado.

Il Consorzio ha una Casa editrice “Humanitas Edizioni” che realizza pubblicazioni editoriali anche in collaborazione con importanti case editrici come Franco Angeli e Armando editore.

Direttore didattico: Dott.ssa Carla Pampaloni

Partner e Associati



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI SALERNO



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Università
San Raffaele
Roma



UNIVERSITÀ
LUM
GIUSEPPE
DEGENNARO



Pontificia Facoltà Teologica
dell'Italia Meridionale



OSPEDALE PEDIATRICO
Bambino Gesù



ISTITUTO
DERMOPATICO
DELL'IMMACOLATA



LILT
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
prevenire e vivere



ISTITUTO
UNIVERSALUS



CONSORZIO
FORTUNE



ISTITUTO
CLINICO
INTERUNIVERSITARIO



UNIVERSALUS
CONSORZIO UNIVERSITARIO