



MASTER

Digital Marketing

OBIETTIVI DEL MASTER:

Il Master in Digital Marketing è un percorso originale ed innovativo per rispondere alle nuove ed articolate esigenze delle imprese, che devono essere capaci di impostare le proprie strategie di marketing sfruttando tutte le opportunità offerte dal digitale. Le imprese oggi chiedono creatività, solide basi tecnologiche, capacità di pensiero strategico, reattività nei cambiamenti, sensibilità al rispetto delle persone.

Il Master è finalizzato a fornire le conoscenze e le competenze operative per pianificare, organizzare e realizzare progetti comunicativi in contesti digitali, integrati nell'ambito di strategie di marketing tradizionali e con particolare attenzione alla gestione dei contenuti.

In modo specifico, il corso, ancorandosi ad una solida conoscenza dei principi generali di marketing management, offre la possibilità di:

- acquisire conoscenze approfondite sugli strumenti di marketing digitale
- acquisire conoscenze approfondite sul social media marketing
- acquisire conoscenze approfondite sui principi di storytelling e content management
- sviluppare competenze operative grazie alla dimensione laboratoriale della didattica
- integrare le conoscenze specifiche con competenze trasversali utili per accrescere la capacità di inserimento nei diversi contesti lavorativi.

Al termine del corso gli occupati svilupperanno un project work sotto la supervisione di docenti/ esperti. I non occupati svolgeranno uno stage presso aziende o agenzie di comunicazione.

MODULI E CONTENUTI

Marketing & Brand Management

M1 – Marketing & Brand management

Marketing strategico e operativo, piano di marketing, i profili professionali nella comunicazione, brand e comunicazione

72 h

9

M2 – Obiettivi e Misurazioni

Ricerche di mercato, customer satisfaction, sistema informativo di marketing, elementi di economia aziendale e budgeting

Digital & social media marketing

M3 – Digital strategy

Piano di marketing digitale, online brand and reputation, web advertising, analytics, SEO, e-commerce

40 h

5

M4 – Digital storytelling

Storytelling, content management, news management, principi di copywriting, graphic design, esercitazioni e attività laboratoriali per la produzione di contenuti (testi, foto e video)

64 h

8

M5 – Social Media Marketing

La comunicazione sui social media, approfondimenti verticali (comunicazione e advertising sui principali social media), esercitazioni e attività laboratoriali

56 h

7

M6 – Web marketing

Esercitazioni e attività laboratoriali per la creazione, pubblicazione e gestione di siti web, principi di web design, CMS

44 h

6

Competenze trasversali

Gestire progetti e relazioni

24 h

3

Totale didattica frontale

300 h

38

Stage/project work

300 h

12

Prova finale / Project Work

10

Totale

60

DURATA E ORGANIZZAZIONE:

Il Master ha una durata di 2 semestri, da novembre 2021 a ottobre 2022. Le lezioni si terranno di norma giovedì pomeriggio, venerdì e sabato. Alcune lezioni potranno essere erogate in modalità telematica.

La didattica è organizzata in lezioni frontali, laboratori, seminari di approfondimento, project work individuali, lavori di gruppo, attività di tirocinio e tesi finale di master.

È prevista la presenza di tutor che sosterranno gli allievi durante le esercitazioni e i workshop.

L'impegno complessivo di 1500 ore totali è così strutturato:

- 300 ore di lezioni frontali e laboratoriali;
- 300 ore di stage;
- 900 ore di impegno individuale.

CONSIGLIO DI CORSO

Prof.ssa Maria Chiarvesio (direttrice)
Prof. Andrea Garlatti
Prof. Andrea Moretti
Prof.ssa Mariapia Comand
Prof.ssa Renata Kodilja
Prof. Raffaella Tabacco
Prof.ssa Antonina Dattolo
Dott. Enrico De Giorgio (Emporio ADV)

AMMISSIONE AL MASTER

Possono accedere al Master i laureati triennali di qualsiasi classe. È consigliata una buona comprensione della lingua Inglese. È preferibile che gli studenti dispongano di un proprio laptop.

Qualora il numero delle domande superasse il numero massimo di posti disponibili, l'ammissione al corso avverrà sulla base di una graduatoria predisposta da una Commissione indicata dal Consiglio di master. La Commissione valuterà i candidati in base al curriculum vitae e ad un eventuale colloquio volto ad accertare motivazione e background formativo e professionale

È previsto un numero massimo di 29 iscritti e un numero minimo di 18 iscritti.

L'Università si riserva la possibilità di non attivare il master nel caso in cui non venga raggiunto il numero minimo di iscritti.

La domanda di ammissione deve essere presentata online **entro le ore 12 di giovedì 7 ottobre 2021** dalla pagina www.uniud.it/digitalmarketing

SEDE DEL CORSO

Università degli Studi di Udine, Sedi di Udine.
La didattica verrà assicurata in modalità online nell'eventualità del protrarsi della situazione di emergenza sanitaria legata al COVID-19.

COSTO DEL MASTER

La quota complessiva è di **3.632 €**,

La prima rata è di € 2.016 e va versata al momento dell'iscrizione.

La seconda rata di € 1.616 va versata entro il 28 febbraio 2022

TITOLO RILASCIATO

Titolo di Master Universitario di Primo Livello in "Digital Marketing".

AZIENDE PARTNER

Il master è realizzato in collaborazione con l'agenzia di comunicazione **Emporio ADV**.

Nelle precedenti edizioni sono stati attivati stage presso le seguenti aziende: Alea Pro, APE FVG, APS Comunicazione, Area 98 Srl, Associazione L'arte della musica, Autronica, Castello di Spessa, Creaa Srl, CrowdM Italy, Durante&Vivan Spa, EmotionLab, Emporio ADV, Flymark Srls, Gazèl Srl, Hreply, InfoFACTORY, Ipprogrifo Group Srl, iVision Group, Just In Time, Larin Comunicazione, Like Agency Srl, Molino Moras, Teatro Nuovo Giovanni da Udine, The Business Game, Unidea, Venezia Basket Reyer, Vistra Srl, WABi Lab, Web Agency Wasabit.



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**
hic sunt futura

In collaborazione con

EMPORIO ADV
brand & business builders

Con il patrocinio di



PER INFORMAZIONI

www.uniud.it/digitalmarketing

**Area Servizi per la Didattica
Ufficio Programmazione Didattica**
via Palladio 8, Udine
tel 0432 556706/08
master@uniud.it

FARE – Master e alta formazione
tel. 0432 556580
g.meula.fare@uniud.it