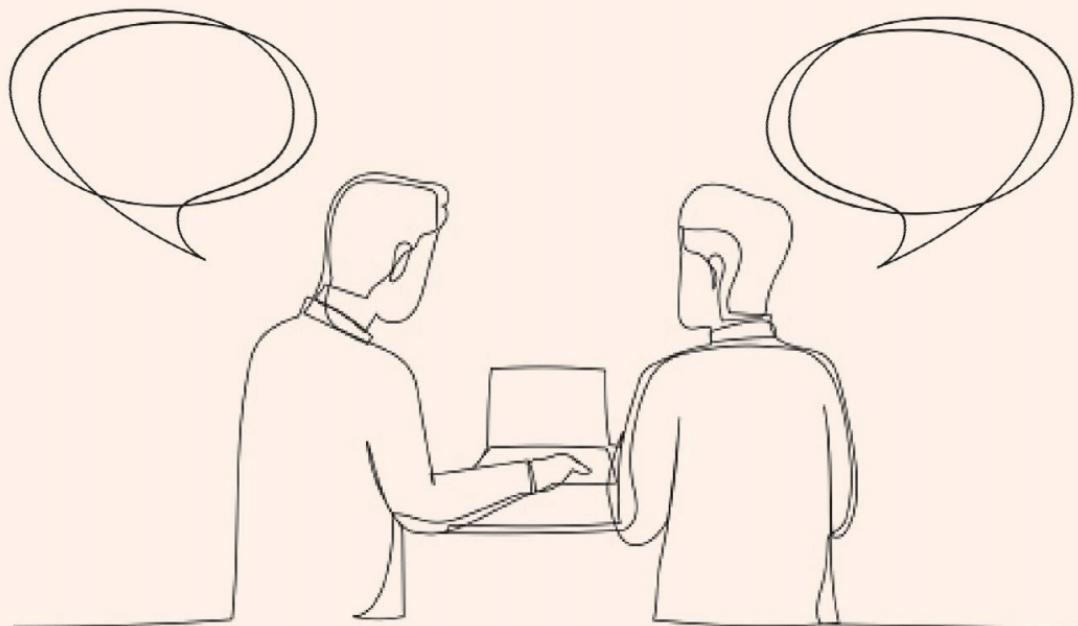


Area Marketing & Analytics

Digital marketing

Digital Marketing, E-Commerce & CRM



sole24oreformazione.it



**Digital marketing
Digital Marketing, E-Commerce & CRM**

Titolo	Digital Marketing, E-Commerce & CRM
Categoria	Digital marketing
Area	AREA MARKETING & ANALYTICS
Livello	I Livello
Durata sessioni	Il corso si svolgerà dal lunedì al giovedì, dalle ore 9.00 alle ore 17.00

Calendario

OTTOBRE

- lunedì 16 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 17 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 18 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 19 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 23 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 24 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 25 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 26 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 30 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 31 ottobre dalle ore 9.00 alle ore 17.00

NOVEMBRE

- giovedì 2 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 6 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 7 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 8 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 9 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 13 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 14 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 15 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 16 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 20 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 21 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 22 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 23 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 27 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 28 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 29 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 30 novembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00

DICEMBRE

- lunedì 4 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 5 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 6 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 11 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 12 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 13 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 14 dicembre dalle ore 9.00 alle ore 17.00

GENNAIO

- lunedì 8 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 9 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 10 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 11 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 15 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 16 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 17 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 18 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 22 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 23 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 24 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 25 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00

- lunedì 29 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 30 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 31 gennaio dalle ore 9.00 alle ore 17.00

FEBBRAIO

- giovedì 1 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 5 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 6 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 7 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 8 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 12 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 13 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 14 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 15 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 19 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 20 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 21 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 22 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- lunedì 26 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- martedì 27 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- mercoledì 28 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00
- giovedì 29 febbraio dalle ore 9.00 alle ore 17.00

Presentazione

Il digitale rappresenta una forza trasformativa senza precedenti la cui natura pervasiva si estende ad ogni aspetto della vita moderna. Il Master offre un percorso completo che copre una vasta gamma di competenze a partire dal processo di **marketing management** e dall'**utilizzo di strumenti e tecnologie avanzate**. L'obiettivo è **creare professionisti** capaci sia di utilizzare tali tecnologie e strumenti sia di tramettere la cultura aziendale del Digital Marketing nei contesti competitivi di appartenenza.

- Master Universitario di I Livello - **60 CFU**
- **Stage garantito:** servizio di **career service** per l'inserimento presso le nostre aziende partner
- **Modello flessibile** che consente di seguire le **lezioni in live streaming o on campus** a seconda delle esigenze
- **Networking e project work** con **aziende partner**
- **Testimonial** d'eccezione di aziende **top player** di settore: es. Facebook, Mediaset Infinity, OMD Group, Avantgrade, Webranking, Creation Dose, Dentsu, Engel & Volkers, Realz

Coordinatore corso

Prof.ssa Maria Antonella Ferri - Professore di I fascia in Economia e gestione delle Imprese presso Universitas Mercatorum

Qualificazione acquisita

- Diploma di **Master di I livello**
- Rilascio di **60 CFU**



Relatori	<p>DOCENTI</p> <ul style="list-style-type: none">• Maria Antonella Ferri - Professore di I fascia in Economia e gestione delle Imprese presso Universitas Mercatorum• Nereo Sciutto - CEO e co-founder di Webranking• Armando Papa - Professore associato presso il dipartimento di Scienze della comunicazione dell'Università degli Studi di Teramo• Vincenzo Filetti - Docente a contratto di Marketing Digitale presso Universitas Mercatorum• Maria Palazzo - Professore Associato presso Universitas Mercatorum• Claudia Covucci - Ricercatore presso Università degli Studi di Salerno• Margherita Matera - Consulente di Marketing e Comunicazione <p>TESTIMONIAL (in aggiornamento)</p> <ul style="list-style-type: none">• Fabio Vaccarono - Presidente e AD presso Multiversity Group• Marco Dall'Olio - Senior Digital Marketing Manager presso Mediaset Infinity• Gianluigi Zarantonello - Digital Solutions Director presso Valentino Spa• Andrea Maschietto - Head of ESG presso Nexi Group
Strumenti didattici	<p>Master di I Livello, corso full-time a numero chiuso con frequenza obbligatoria.</p> <p>Struttura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lezioni: dal lunedì al giovedì, dalle ore 9 alle ore 17.00• Frequenza obbligatoria: almeno 80% delle ore per conseguire il Diploma di Master di I Livello• Durata complessiva: 6 mesi di lezioni (da ottobre a febbraio) + 6 mesi di tirocinio• Modalità di erogazione: blended (sincrono e asincrono)<ul style="list-style-type: none">◦ 85% Ore erogate in modalità sincrona: Modello flessibile che consente di seguire le lezioni in live streaming o on campus a seconda delle esigenze;◦ 15% Ore erogate in modalità asincrona: Lezioni messe a disposizione su piattaforma dedicata da poter fruire in ogni momento e da qualsiasi dispositivo <p>Il corso è a numero chiuso ed è previsto un numero massimo di partecipanti pari a 40.</p>

Programma

Saranno approfondite le più rilevanti tematiche nel campo del **marketing digitale**, del **marketing management**, dell'**analisi dei dati**, della **pianificazione sui social media**, dell'**advertising**, del **CRM**, dell'**automazione del marketing** e sull'**ottimizzazione dell'esperienza utente**. Si approfondiranno argomenti chiave come l'utilizzo di strumenti e tecnologie avanzate, la pianificazione delle strategie di marketing e la comunicazione efficace.

Il programma formativo mira a **sviluppare competenze e capacità tecniche e manageriali** sui diversi assi chiave in ambito digital marketing attraverso un approccio professionalizzante ed il continuo contributo di **professionisti e testimonial di eccezione**, al fine di formare figure professionali in grado di rafforzare l'aspetto digitale, compenetrandosi efficacemente nella corporate culture delle imprese all'interno delle quali andranno ad operare.

Modulo 1: L'Evoluzione del Marketing Management

Il modulo propone un percorso di riflessione sui fondamenti delle discipline del management e del marketing, prendendo in considerazione cambiamenti socio-demografici, sviluppo delle nuove tecnologie ed evoluzione dei consumi legati alla congiuntura economica. È previsto anche un approfondimento sull'uso di Excel ed elementi di statistica.

Modulo 2: Fondamenti di Digital Marketing

Il modulo prevede una vista verticale sulle nuove tecnologie campo digital marketing, su come queste stiano cambiando l'ecosistema di riferimento e sulle opportunità offerte dall'AI. Queste tematiche verranno contestualizzate in termini di business al fine di capire come l'implementazione di tali tecnologie possa favorire i processi di organizzazione interna ed esterna, lo snellimento delle procedure e le nuove forme di coinvolgimento del mercato.

Modulo 3: Digital Analytics

Il modulo propone l'osservazione e analisi dei Digital Analytics; nello specifico, della raccolta, della misurazione e dell'interpretazione dei dati digitali al fine di comprendere e ottimizzare le attività di marketing, le strategie di business e l'esperienza degli utenti online. Nel modulo verranno utilizzate le reali piattaforme di gestione, monitoraggio e analisi dei dati generati dalle interazioni degli utenti con i siti web, le app mobili, le piattaforme di social media e altri canali digitali.

Modulo 4: Search Marketing

Il modulo propone lo studio del Search Marketing, inteso come strategia di marketing digitale che mira a migliorare la visibilità e la posizione di un sito web all'interno dei risultati dei motori di ricerca. Verrà approfondito in particolare il tema dell'ottimizzazione del posizionamento di un sito web nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca (SERP) al fine di aumentare la sua visibilità agli utenti che effettuano ricerche online.

Modulo 5: Social Media Planning

Il modulo propone l'analisi del processo di pianificazione e organizzazione delle attività sui social media al fine di raggiungere gli obiettivi di marketing e comunicazione di un'azienda o di un'organizzazione non-profit. Verranno illustrati gli approcci di pianificazione delle attività su diversi social media, come

Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e altri, imparando a utilizzare le piattaforme per creare una presenza online efficace e interagire con il pubblico di riferimento.

Modulo 6: Display e Video Advertising

Il modulo propone lo studio del Display e Video Advertising - intese come due forme di pubblicità online che sfruttano rispettivamente l'utilizzo di immagini, testi sui siti web e video per promuovere prodotti, servizi, brand e imprese - e la conoscenza delle tecnologie di gestione di questi canali.

Modulo 7: E-commerce, CRM e marketing Automation

Il modulo affronta gli argomenti essenziali per i futuri Digital Marketer, in azienda o in agenzia, per gestire e fidelizzare le base clienti e interagire efficacemente con loro sfruttando anche ecosistemi esterni, come Amazon.

Modulo 8: Ottimizzazione della User Experience

Il modulo analizza i processi di ottimizzazione dell'interazione tra utente e prodotto/ organizzazione, analizzando fattori chiave come usabilità, facilità d'uso, accessibilità e soddisfazione complessiva dell'utente.

Modulo 9: Digital Strategy

Il modulo approfondisce e analizza gli strumenti fondamentali per la creazione di strategie digitali come digital marketing planning funnel models, customer journey map & metrics, e-advertising (SEM) planning. Saranno svolte esercitazioni reali sulle metodologie di pianificazione e implementazione delle campagne di keyword advertising.

Modulo 10: Presentazione del Piano di Marketing

Il corso terminerà con un'esercitazione pratica di sviluppo e presentazione di un piano marketing basato su riferimenti reali. Al fine di migliorare la capacità di esposizione, nel modulo saranno approfondite le skills di public speaking, per cogliere al meglio l'opportunità di condividere idee chiave, tattiche e strategie di marketing con possibili stakeholders interni ed esterni, come dirigenti aziendali, investitori, consumatori e potenziali partner commerciali.

Termini iscrizione	02-10-2023
Quota di partecipazione	€15.000 + IVA

Informazioni	Il Master è rivolto a giovani neolaureati interessati al marketing e alla comunicazione su canali digitali.																																							
Sbocchi occupazionali	Il corso è destinato a giovani neolaureati che vogliono costruire la propria carriera in ambito marketing e comunicazione digitale e sviluppa competenze utili per figure professionali come Digital Marketing Manager, Data Analyst, SEO specialist, Paid Search Specialist, eCommerce Manager, Social Media Manager, CRM expert.																																							
Requisiti ammissione	<p>Per la candidatura è necessario completare la domanda di ammissione con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Curriculum Vitae <p>Il processo di selezione prevede:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi della domanda di ammissione e Curriculum Vitae • Colloquio orale 																																							
Contenuti	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Tematica</th> <th>ORE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>L'Evoluzione del Marketing Management</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Fondamenti di Digital Marketing</td> <td>74</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Digital Analytics</td> <td>74</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Search Marketing</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Social Media Planning</td> <td>49</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Display e Video Advertising</td> <td>49</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>E-commerce, CRM e marketing Automation</td> <td>49</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>Ottimizzazione della User Experience</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td>Digital Strategy</td> <td>35</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>Presentazione del Piano di Marketing</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>11</td> <td>Stage curriculare</td> <td>960</td> </tr> <tr> <td align="right" colspan="2">Totale</td><td>1500</td></tr> </tbody> </table>		Tematica	ORE	1	L'Evoluzione del Marketing Management	70	2	Fondamenti di Digital Marketing	74	3	Digital Analytics	74	4	Search Marketing	70	5	Social Media Planning	49	6	Display e Video Advertising	49	7	E-commerce, CRM e marketing Automation	49	8	Ottimizzazione della User Experience	42	9	Digital Strategy	35	10	Presentazione del Piano di Marketing	28	11	Stage curriculare	960	Totale		1500
	Tematica	ORE																																						
1	L'Evoluzione del Marketing Management	70																																						
2	Fondamenti di Digital Marketing	74																																						
3	Digital Analytics	74																																						
4	Search Marketing	70																																						
5	Social Media Planning	49																																						
6	Display e Video Advertising	49																																						
7	E-commerce, CRM e marketing Automation	49																																						
8	Ottimizzazione della User Experience	42																																						
9	Digital Strategy	35																																						
10	Presentazione del Piano di Marketing	28																																						
11	Stage curriculare	960																																						
Totale		1500																																						
Termini iscrizione	2023 Ottobre 02																																							

Quota di iscrizione	<p>€ 18.300 IVA INCLUSA Tariffa Standard Tariffa Standard</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>RATA</th><th>SCADENZA</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>4.575€ IVA INCLUSA</td><td>all'atto dell'iscrizione</td></tr><tr><td>2</td><td>4.575€ IVA INCLUSA</td><td>dopo il 1° mese dall'iscrizione</td></tr><tr><td>3</td><td>4.575€ IVA INCLUSA</td><td>dopo il 2° mese dall'iscrizione</td></tr><tr><td>4</td><td>4.575€ IVA INCLUSA</td><td>dopo il 3° mese dall'iscrizione</td></tr></tbody></table> <p>€ 15.555 IVA INCLUSA Promo lancio 12.750 + iva valida fino al 15/10/2023</p> <table border="1"><thead><tr><th></th><th>RATA</th><th>SCADENZA</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>3.888,75€ IVA INCLUSA</td><td>all'atto dell'iscrizione</td></tr><tr><td>2</td><td>3.888,75€ IVA INCLUSA</td><td>16 Novembre 2023</td></tr><tr><td>3</td><td>3.888,75€ IVA INCLUSA</td><td>16 Dicembre 2023</td></tr><tr><td>4</td><td>3.888,75€ IVA INCLUSA</td><td>16 Gennaio 2024</td></tr></tbody></table>		RATA	SCADENZA	1	4.575€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione	2	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 1° mese dall'iscrizione	3	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 2° mese dall'iscrizione	4	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 3° mese dall'iscrizione		RATA	SCADENZA	1	3.888,75€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione	2	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Novembre 2023	3	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Dicembre 2023	4	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Gennaio 2024
	RATA	SCADENZA																													
1	4.575€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione																													
2	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 1° mese dall'iscrizione																													
3	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 2° mese dall'iscrizione																													
4	4.575€ IVA INCLUSA	dopo il 3° mese dall'iscrizione																													
	RATA	SCADENZA																													
1	3.888,75€ IVA INCLUSA	all'atto dell'iscrizione																													
2	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Novembre 2023																													
3	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Dicembre 2023																													
4	3.888,75€ IVA INCLUSA	16 Gennaio 2024																													
Modalità pagamento	<p>Quota di partecipazione: €15.000 + IVA</p> <p>Il pagamento della quota può avvenire tramite carta di credito e bonifico bancario.</p> <p>Per il bonifico, l'IBAN di riferimento è il seguente: IT96N0326803402052620984800</p> <p>Possibilità di finanziare importi (anche parziali del totale costo del corso) fino a 7.500 € in 12 o 24 mesi con una procedura semplificata mediante Istituto Bancario</p>																														