

MASTER UNICUSANO

DIGITAL MARKETING
I LIVELLO





L'Università degli Studi Niccolò Cusano - Telematica Roma attiva, in collaborazione con l'Agenzia di Marketing Online Ploomia, il Master di I livello in "Digital Marketing" di durata pari a 1500 h.

Agli iscritti che avranno superato le eventuali prove di verifica intermedie e la prova finale verrà rilasciato il Diploma di Master di I livello in "Digital Marketing".

Obiettivi e modalità

Concepito proprio per rispondere a tali richieste del mercato del lavoro, il Master si pone l'obiettivo di creare e formare nuove risorse del marketing digitale, con un approccio pratico, frutto dell'esperienza sul campo di professionisti di altissimo profilo. Il percorso di formazione riprende quello seguito da ogni agenzia di comunicazione o ufficio marketing nel momento in cui ci si pone l'obiettivo di far conoscere e acquistare un prodotto o un servizio.

Si affronteranno i temi legati all'impostazione di una strategia vincente e saranno condivisi tutti gli strumenti pratici e operativi necessari a realizzarla, fornendo ai partecipanti competenze effettive da mettere subito in pratica in contesti altamente professionali quali:

- Dipartimenti marketing di aziende nazionali o multinazionali
- Società di consulenza in progetti di sviluppo e digitalizzazione dei processi di marketing
- Agenzie di comunicazione come Digital Account Manager, Digital Project Manager
- Web Agency, nelle posizioni di Web Marketing Manager



Destinatari e ammissione

Il Master si rivolge a laureati in discipline socio-economiche, umanistiche, giuridiche e tecnico-scientifiche interessati e motivati a intraprendere un percorso di carriera nel settore; a profili Junior di realtà aziendali (PMI e Grandi Imprese) e impiegati presso la PPAA, ivi compresi i soggetti appartenenti agli enti territoriali e alle Forze Armate, operanti in dipartimenti Marketing, Comunicazione, Relazioni Esterne, Ufficio Stampa (ovvero Marketing Manager, Product Manager, Brand Manager, Consulenti di marketing e comunicazione, Account di agenzie di comunicazione e pubblicità, Strategic Planner e Media Planner, Communication Manager di aziende e agenzie, Community Manager e Web Analyst); alle figure professionali di aziende che possiedono uno spiccato indirizzo internazionale e/o frequenti contatti con l'estero; a liberi professionisti, operanti o non nel web marketing, che necessitano di una formazione pratica e aggiornamento professionale; ai soggetti che per il tipo di attività lavorativa che svolgono, necessitano di un bagaglio culturale e conoscitivo, variegato e multiforme, estremamente adattabile e fruibile in più situazioni diverse.

In generale, è consigliato a chi ha necessità di effettuare strategie di marketing digitale di breve, medio e lungo termine, al fine di supportare gli obiettivi di business, internazionalizzazione, comunicazione e relazione con i media di Aziende e PPAA.

Per l'iscrizione al Master è richiesto il possesso di almeno uno dei seguenti titoli:

- Laurea conseguita secondo gli ordinamenti didattici precedenti il decreto ministeriale 3 novembre 1999 n. 509;
- Lauree ai sensi del D.M. 509/99 e ai sensi del D.M. 270/2004;
- Lauree specialistiche ai sensi del D.M. 509/99 e lauree magistrali ai sensi del D.M. 270/2004.



I candidati in possesso di titolo di studio straniero non preventivamente dichiarato equipollente da parte di una autorità accademica italiana, potranno chiedere il riconoscimento del titolo ai soli limitati fini dell'iscrizione al Master. Il titolo di studio straniero dovrà essere corredata da traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e dichiarazione di valore a cura delle Rappresentanze diplomatiche italiane nel Paese in cui il titolo è stato conseguito.

I candidati sono ammessi con riserva previo accertamento dei requisiti previsti dal bando.

I titoli di ammissione devono essere posseduti alla data di scadenza del termine utile per la presentazione per le domande di ammissione.

L'iscrizione al Master è compatibile con altre iscrizioni nel rispetto della nuova normativa in materia di iscrizione contemporanea a due corsi di istruzione superiore, così delineata ai sensi della Legge n. 33 del 12 aprile 2022.



Durata, organizzazione didattica, verifiche e prova finale

Il Master ha durata annuale pari a 1500 ore di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a 60 cfu; si svolgerà in modalità e-learning con piattaforma accessibile 24 h\24 ed è articolato in:

- lezioni video e materiale fad appositamente predisposto;
- congruo numero di ore destinate all'auto-apprendimento, allo studio individuale e domestico;
- eventuali verifiche intermedie per ogni materia.

Tutti coloro che risulteranno regolarmente iscritti al Master dovranno sostenere un esame finale che accerti il conseguimento degli obiettivi proposti presso la sede dell'Università sita in Roma - Via Don Carlo Gnocchi 3.



Ordinamento didattico

TOTALE 60 CFU

4 CFU

SECS-P/08

Elementi di Marketing

- I principi generali
- Il processo decisionale nell'acquisto
- Segmentazione e targeting
- Trasformazione Digitale

3 CFU

SECS-P/08

SEO: motori di ricerca, ottimizzazione onsite e KPI

- Introduzione alla SEO
- Motori di ricerca
- Fattori di Ranking
- Overview processi SEO
- Keyword Strategy
- SEO Audit

5 CFU

SECS-P/08

Offsite SEO: dalla audit alla ideazione di una campagna di link building

- La Linkbuilding dalla A alla Z
- LinkBuilding: perché fare un audit?
- LinkBuilding: Come ideare una campagna?
- Differenza tra Linkbuilding e Digital PRAUDIT e Tool

3 CFU

SECS-P/08

Destination Marketing: strategie e tool per promuovere il territorio (tra SEO, content marketing e blogger engagement)

- Digital Marketing Vs WebMarketing
- Destination Marketing e la nuova tipologia di Turista
- Destination Marketing @aeroporto di Napoli
- Esempi di Influencer Marketing

**6 CFU**
SECS-P/08

Search Engine Marketing: fare pubblicità sui motori di ricerca. Adwords, Bing, remarketing e altri strumenti dell'outbound marketing

- Search Engine Marketing. Pubblicità sui motori di ricerca
 - Gli strumenti della SEM
 - Google Ads. Tipologie di campagne, obiettivi e Best practice
 - Misurare i risultati della SEM
 - Oltre Google Ads. Bing Ads.
 - Altri strumenti dell'Outbound Marketing
 - Cosa fa un SEM specialist
-

3 CFU
SECS-P/08

Programmatic Advertising: DSP e Audience Buying

- Come nasce il programmatic? L'evoluzione del Display Advertising
 - Il programmatic advertising e le sue metriche
 - L'ecosistema del programmatic advertising
 - I metodi d'acquisto del programmatic advertising
 - I Formati del programmatic advertising
 - Il programmatic visto con gli occhi di advertiser e publisher: strategie e operatività
 - La struttura di una DSP: DV360
 - Il Futuro del Programmatic Advertising
-

6 CFU
SECS-P/08

Social Media Marketing: fare pubblicità sui canali social Facebook, Instagram e altri

- Cosa vuol dire fare pubblicità sui social oggi: gestione canale e adv su Facebook Marketing, Instagram, Linkedin, Twitter Marketing
 - Caratteristiche di una pagina fan, creare campagne Facebook e utilizzo del business manager
 - Caratteristiche di una pagina e come creare campagne su Instagram
 - Caratteristiche di una pagina e come creare campagne adv su Linkedin
-

**3 CFU**

SECS-P/08

Content marketing: scrivere per il web

- Lo storytelling come parte integrante della strategia di comunicazione: perché raccontare ci fa vincere la partita
- Le good practice per lo storytelling
- Scrivere. L'importanza delle parole in un contesto digitale
- I trucchi del mestiere del digital copywriter: come creare testi semplici, efficaci e facili da leggere

3 CFU

SECS-P/08

Influencer Marketing: : il mercato che guarda al valore umano nella personalizzazione del brand

- Dal blogging all'influenza sui social media
- Il valore umano nel marketing (personal branding)
- Social media, vanity metrics, strumenti di analisi influencer e l'avvio della regolamentazione

5 CFU

SECS-P/08

Web Usability, Architettura & Strategy

- Introduzione: Come progettare e realizzare un sito efficace
- User Centered Design (UCD)
- Conoscere gli utenti
- Organizzare i contenuti e progettare l'interazione
- Le figure professionali
- Misurare la soddisfazione
- I test di usabilità
- Mobile e Responsive Design
- Ritorno di investimento (Roi)



5 CFU Analytics: definizione dei KPI, obiettivi e monitoraggio

SECS-P/08

- Siamo immersi nei dati!
- Introduzione a Web Analysis e KPI
- Obiettivi e Conversioni
- Le parole della Web Analysis
- Google Analytics
- Tracciare le campagne di marketing: i modelli di attribuzione
- Misurare il successo
- Visualizzare i KPI con le Dashboard

3 CFU IA e Digital Marketing: strumenti utili per la gestione di campagne di marketing online

SECS-P/08

- Principi di comunicazione e struttura di una landing page
- Utilizzo di ChatGPT per la creazione di contenuti
- Utilizzo di Dall e per la creazione di visual
- Progettazione e design della landing page con Canva

3 CFU Workshop: Inbound Marketing e Marketing Automation. Nuove strategie digitali per Lead Generation e e-commerce

SECS-P/08

3 CFU Workshop: Technical SEO Site Audit: strumenti, case study e test pratico di analisi SEO di un sito web

5 CFU Esame Finale



Consiglio didattico e scientifico

- Jacopo Cecchini
- Gaetano Romeo
- Claudio Del Vita
- Danilo Monteleone
- Josè Gragnaniello
- Fosca Pozzar Colinassi
- Gabriele De Gennaro
- Elena Osti
- Sara Palmieri
- Eleonora Zamberlan
- Francesco Bucci
- Daniele Binci



Costi e agevolazioni

Il costo annuo del Master è di **€ 2.700,00 (duemilasettecento/00)**.

Il pagamento verrà corrisposto in 4 rate di pari importo.

È prevista una quota d'iscrizione ridotta per determinate categorie.

Si invita a consultare il [bando](#) del Master.

Contatti

Ufficio consulenza orientamento didattico Master e Corsi di Perfezionamento (pre-iscrizione):

Telefono: 06 45678363

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 18:00

Mail: infomaster@unicusano.it

Ufficio Assistenza Didattica (post-iscrizione):

Telefono: 06 89320000

dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 22:00

Mail: master@unicusano.it

unicusano.it/master-universitari-online

