



**PEGASO**

Università Telematica

D.M. 20 04 2006 G.U. n° 118 del 23 05 2006

**MASTER di I Livello**

**Digital Marketing, Social Media Communication & eCommerce Management**

**1ª Edizione**

**1500 ore 60 CFU**

**Anno accademico 2022/2023**

**MA1359**



<b>Titolo</b>	Digital Marketing, Social Media Communication & eCommerce Management
<b>Edizione</b>	1 <sup>a</sup> Edizione
<b>Area</b>	MARKETING E COMUNICAZIONE
<b>Categoria</b>	MASTER
<b>Livello</b>	I Livello
<b>Anno accademico</b>	2022/2023
<b>Durata</b>	Durata annuale, per un complessivo carico didattico pari a 1500 ore corrispondenti a 60 CFU

## Presentazione

Il Master è pensato per fornire una panoramica strategica, tecnica e completa su tutti gli aspetti del Digital Marketing, sulla gestione del contenuto (Social Media Marketing) e della vendita online (eCommerce Management).

Il Master è progettato per formare dei professionisti del marketing che sappiano impostare una strategia digitale, pianificare e gestire campagne di Advertising, gestire al meglio la Search Engine Optimization (SEO), il Content Marketing e la Marketing Automation. I partecipanti al Master saranno in grado di alimentare una cultura aziendale data driven, orientata alla crescita ed alla sperimentazione grazie all'impostazione del Growth Hacking con l'obiettivo di ottimizzare la Digital Strategy nel tempo e raggiungere obiettivi di business.

Il programma didattico permette inoltre di acquisire le nozioni fondamentali su come impostare una strategia Social efficace, pianificare e gestire campagne di Advertising, nonché gestire al meglio la presenza di un brand su Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube.

Gli studenti acquisiranno le nozioni fondamentali su come portare l'innovazione digitale in business digitali e tradizionali (Digital Transformation), impareranno a progettare e gestire eCommerce, ad applicare strategie e strumenti fondamentali per digitalizzare le attività di Branding, Sales, Design e Analytics, diventando professionisti completi del Digital Marketing per occupare posizioni di Digital Strategist, Head of Digital, Digital Marketing Manager.

Gli studenti di questo Master potranno usufruire di un servizio di Job Placement Ninja Academy, il quale li aiuterà ad individuare le migliori realtà del digitale in cui svolgere il tirocinio curriculare previsto dal piano di studi.

<p><b>Finalità</b></p>	<p>Il Master si pone i seguenti obiettivi didattici:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Far evolvere modelli di business aziendali in chiave digitale</li> <li>• Gestire il cambiamento digitale con la collaborazione e l'innovazione</li> <li>• Analizzare mercato, concorrenti e clienti e progettare un business plan per eCommerce</li> <li>• Elaborare strategie di marketing specifiche per eCommerce</li> <li>• Utilizzare nuovi strumenti e touchpoint tecnologici per far evolvere un brand sul digitale</li> <li>• Progettare l'esperienza digitale che il cliente ha di un brand, prodotto o servizio</li> <li>• Saper applicare un framework di gestione delle vendite digitali</li> <li>• Gestire la complessità orientandosi tra gli standard degli Advanced Analytics</li> <li>• Orientarsi tra obiettivi e funnel di Social Media Advertising</li> <li>• Strutturare ruoli e competenze di un Social Media Team</li> <li>• Conoscere le specificità delle piattaforme adv dei social</li> <li>• Scrivere un piano di Facebook Marketing strategico</li> <li>• Costruire una strategia di marketing per il tuo brand su Instagram</li> <li>• Cogliere le opportunità di marketing, vendita e branding su LinkedIn</li> <li>• Costruire una strategia di video marketing per YouTube</li> <li>• Costruire un funnel di marketing digitale per orientare il percorso d'acquisto</li> <li>• Misurare la performance della strategia digitale, di campagne paid social e digitali</li> <li>• Scrivere una strategia SEO multicanale e stendere un piano di attività di Search Engine Optimization</li> <li>• Progettare una Content Strategy basata su contenuti digitali efficaci</li> </ul>
<p><b>Destinatari</b></p>	<p>Studenti e neolaureati</p>
<p><b>Strumenti didattici</b></p>	<p>Una volta perfezionata l'iscrizione, il corsista riceve le credenziali necessarie per accedere alla piattaforma telematica, dove potrà ritrovare tutti gli strumenti didattici elaborati a sua disposizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lezioni video on-line;</li> <li>• documenti cartacei appositamente preparati;</li> <li>• bibliografie;</li> <li>• sitografia (link di riferimento consigliati dal docente per approfondimento);</li> <li>• test di valutazione.</li> </ul> <p><b><u>Le credenziali saranno attive a partire dal 3 ottobre 2022.</u></b></p> <p><b><u>Le attività didattiche inizieranno a partire dal 3 ottobre 2022.</u></b></p>

<b>Sbocchi occupazionali</b>	Social Media Manager, Digital Marketing Manager																								
<b>Contenuti</b>	<table border="1" data-bbox="528 293 1415 719"> <thead> <tr> <th></th> <th>Tematica</th> <th>CFU</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Area Social: Social Media Strategy, Social Media Advertising, Instagram Marketing, Facebook Marketing, YouTube Marketing, LinkedIn Marketing</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Area Digital: Digital Strategy, SEO, Digital Advertising, Content Marketing, Growth Hacking, Marketing Automation</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Area eCommerce: Digital Transformation, eCommerce Management, Digital Brand Management, Customer Experience, Digital Sales, Data Analytics</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Laboratorio pratico con indirizzo a scelta tra Social, Digital ed eCommerce</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Tirocinio curriculare</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Esame finale</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: right;"><b>Totale</b></td> <td><b>60</b></td> </tr> </tbody> </table>		Tematica	CFU	1	Area Social: Social Media Strategy, Social Media Advertising, Instagram Marketing, Facebook Marketing, YouTube Marketing, LinkedIn Marketing	10	2	Area Digital: Digital Strategy, SEO, Digital Advertising, Content Marketing, Growth Hacking, Marketing Automation	10	3	Area eCommerce: Digital Transformation, eCommerce Management, Digital Brand Management, Customer Experience, Digital Sales, Data Analytics	10	4	Laboratorio pratico con indirizzo a scelta tra Social, Digital ed eCommerce	9	5	Tirocinio curriculare	20	6	Esame finale	1	<b>Totale</b>		<b>60</b>
	Tematica	CFU																							
1	Area Social: Social Media Strategy, Social Media Advertising, Instagram Marketing, Facebook Marketing, YouTube Marketing, LinkedIn Marketing	10																							
2	Area Digital: Digital Strategy, SEO, Digital Advertising, Content Marketing, Growth Hacking, Marketing Automation	10																							
3	Area eCommerce: Digital Transformation, eCommerce Management, Digital Brand Management, Customer Experience, Digital Sales, Data Analytics	10																							
4	Laboratorio pratico con indirizzo a scelta tra Social, Digital ed eCommerce	9																							
5	Tirocinio curriculare	20																							
6	Esame finale	1																							
<b>Totale</b>		<b>60</b>																							
<b>Adempimenti richiesti</b>	<p>Ai corsisti vengono richiesti i seguenti adempimenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• studio del materiale didattico, video e scritto, appositamente preparato;</li> <li>• superamento dei test di valutazione on-line;</li> <li>• svolgimento di 160 ore di tirocinio;</li> <li>• superamento della prova finale (modalità scritta).</li> </ul> <p>Il corso potrà prevedere degli incontri in presenza ad integrazione delle attività formative.</p>																								
<b>Titoli ammissione</b>	<p>Costituiscono titolo di ammissione al Master:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• laurea triennale;</li> <li>• Diploma di laurea quadriennale del previgente ordinamento;</li> <li>• Diploma di laurea specialistica e/o magistrale.</li> </ul> <p>I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito dall'apposito bando per la presentazione delle domande.</p>																								
<b>Termini iscrizione</b>	<b>Iscrizioni sempre aperte</b>																								
<b>Condizioni</b>	<p>L'amministrazione si riserva l'attivazione del Corso Postlaurea:  <a href="https://docs.unipegaso.it/postlaurea/mancata_attivazione.pdf">https://docs.unipegaso.it/postlaurea/mancata_attivazione.pdf</a></p> <p>L'iscrizione comporta l'accettazione del Regolamento sulle condizioni d'utilizzo, riportate alla pagina: <a href="https://docs.unipegaso.it/postlaurea/cond_util_post.pdf">https://docs.unipegaso.it/postlaurea/cond_util_post.pdf</a></p>																								

**Quota di iscrizione**

**€ 2500,00**

(ai quali si aggiungono € 116 per spese di bollo)

Il pagamento è in un'unica soluzione o, alternativamente, in quattro rate così distribuite

	RATA	SCADENZA
1	600€ + € 116 per spese di bollo	all'atto dell'iscrizione
2	600€	dopo il 1° mese dall'iscrizione
3	650€	dopo il 2° mese dall'iscrizione
4	650€	dopo il 3° mese dall'iscrizione

**€ 2000,00**

(ai quali si aggiungono € 116 per spese di bollo)

CONVENZIONE Per tutti gli iscritti in convenzione Il pagamento è in un'unica soluzione o, alternativamente, in quattro rate così distribuite

	RATA	SCADENZA
1	500€ + € 116 per spese di bollo	all'atto dell'iscrizione
2	500€	dopo il 1° mese dall'iscrizione
3	500€	dopo il 2° mese dall'iscrizione
4	500€	dopo il 3° mese dall'iscrizione

**Modalità pagamento**

Il pagamento dell'intera retta/prima rata, oltre i 116 euro con cui l'Università adempirà per conto dello studente all'obbligo normativo della marca da bollo (che quindi non verrà più apposta) e a tutti gli altri costi previsti dalla normativa vigente, dovrà avvenire mediante bonifico bancario, ESEGUITO DIRETTAMENTE DAL CORSISTA, alle seguenti coordinate bancarie:

**UNIVERSITÀ TELEMATICA PEGASO**  
**Banca Generali**  
**IBAN:IT 44 M 03075 02200 CC8500647145**

Indicare sempre nella causale del bonifico il proprio nome, cognome, codice fiscale ed il pagamento della marca da bollo, seguito dal codice del corso **MA1359**

SI INFORMA CHE NON SARANNO EMESSE QUIETANZE SUI PAGAMENTI RICORDANDO, AI FINI FISCALI PER LA DETERMINAZIONE DEL REDDITO, CHE IL BONIFICO, ESEGUITO SECONDO LE SU RIPORTATE ISTRUZIONI, CONSENTE LA DETRAZIONE DEL COSTO DEL CORSO.