

Digital Marketing, Social Media Communication & eCommerce Management

60 CFU · 1500 ore · Area Marketing e Comunicazione

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), per migliorare la personalizzazione e l'efficienza delle strategie digitali.

Il Master, grazie a corsi verticali completamente online a cura di Ninja e ad un Project Work da realizzare sulla base di challenge definite da importanti brand nazionali e internazionali, è progettato per formare 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, TikTok, Instagram, e LinkedIn.

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 e 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.

Finalità

Il Master si pone i seguenti obiettivi formativi:

Far evolvere modelli di business aziendali in chiave digitale

Analizzare mercato, concorrenti e clienti e progettare un business plan per eCommerce

Elaborare strategie di marketing specifiche per eCommerce

Utilizzare nuovi strumenti e touchpoint tecnologici per far evolvere un brand sul digitale

Progettare l'esperienza digitale che il cliente ha di un brand, prodotto o servizio

Saper applicare un framework di gestione delle vendite digitali

Gestire la complessità orientandosi tra gli standard degli Advanced Analytics

Orientarsi tra obiettivi e funnel di Social Media Advertising

Strutturare ruoli e competenze di un Social Media Team

Scrivere un piano di Facebook Marketing strategico

Costruire una strategia di marketing per il tuo brand su Instagram

Cogliere le opportunità di marketing, vendita e branding su LinkedIn

Costruire una strategia di video marketing per TikTok

Costruire un funnel di marketing digitale per orientare il percorso d'acquisto

Misurare la performance della strategia digitale, di campagne paid social e digitali

Scrivere una strategia SEO multicanale e stendere un piano di attività di Search Engine Optimization

Progettare una Content Strategy basata su contenuti digitali efficaci

Utilizzare le leve del Digital Marketing per scalare il business in ottica di flywheel

Costruire una strategia di marketing automation a 360 gradi utilizzando CRM e marketing platform

Pianificare, gestire e monitorare progetti digitali complessi, garantendo il rispetto di tempi, budget e qualità

Sbocchi professionali

Social Media Manager, Digital Marketing Manager

Contenuti

	Tematica	SSD	CFU
1	Area Social: Social Media Strategy, Social Media Advertising, Instagram Marketing, Facebook Marketing, TikTok Marketing, LinkedIn Marketing	ECON-07/A	18
2	Area Digital: Digital Strategy, SEO, Digital Advertising, Content Marketing, Growth Hacking, Marketing Automation	ECON-07/A	17
3	Area eCommerce: Digital Transformation, eCommerce Management, Digital Brand Management, Customer Experience, Digital Sales, Data Analytics	ECON-07/A	15
4	Prova finale – project work		10
	Totale		60

Attività

L'erogazione del Master si svolgerà in modalità e-learning, con piattaforma accessibile 24ore/24.

Il corso avrà una durata pari a 1.500 ore (60 CFU) incluse le ore di autoapprendimento dello studente. Il modello di sistema e-learning adottato prevede l'apprendimento assistito lungo un percorso formativo predeterminato, con accesso ai materiali didattici sviluppati appositamente e fruibili in rete insieme ad un repertorio di attività didattiche interattive, mediate dal computer e guidati da tutor/esperti tecnologici e di contenuto, in grado di interagire con i corsisti e di rispondere alle loro domande. Lo studio dei materiali didattici digitali e delle videolezioni avviene secondo tempi e disponibilità del singolo corsista durante le 24 ore della giornata.

Strumenti didattici

Una volta perfezionata l'iscrizione, il corsista riceve le credenziali necessarie per accedere sia alla piattaforma telematica Pegaso sia a quella di Ninja, dove potrà ritrovare tutti gli strumenti didattici a sua disposizione:

Lezioni video e testuali on-line;

Test di valutazione

Challenge per la predisposizione del Project Work

Adempimenti richiesti

Ai corsisti vengono richiesti i seguenti adempimenti:

Studio del materiale didattico erogato sulla piattaforma Ninja;

Superamento dei test di autovalutazione somministrati attraverso la piattaforma Ninja;

Superamento della prova finale. La prova finale consiste nella redazione di un project work.

Titoli di ammissione

Costituiscono titolo di ammissione al Master: Laurea triennale;

Diploma di laurea quadriennale del previgente ordinamento; Diploma di laurea specialistica e/o magistrale.

I requisiti prescritti devono essere posseduti alla data di scadenza del termine stabilito dall'apposito bando per la presentazione delle domande.

Iscrizioni aperte tutto l'anno, con sessioni mensili.

Per conoscere la prossima finestra di iscrizione, la quota e le agevolazioni attive contatta il nostro polo di orientamento.