



# 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

**400 h**

**16**

#### Prova finale / Project Work

**6**

#### Totale

**60**

## DURATA E ORGANIZZAZIONE:

Il Master ha una durata di 2 semestri, da novembre 2020 a ottobre 2021. 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;
- 400 ore di stage;
- 800 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 11:30 di venerdì 9 ottobre 2020** dalla pagina [www.uniud.it/digitalmarketing](http://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 **3.600 €**,

La prima rata è di € 2.000 e va versata al momento dell'iscrizione.

La seconda rata di € 1.600 va versata entro il 1° marzo 2021

È prevista l'offerta di singoli moduli che compongono il programma del Master: Modulo 3+4+5 (congiunti) € 2000.

## 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

**SIMktg**  
Società Italiana  
Marketing

## PER INFORMAZIONI

[www.uniud.it/digitalmarketing](http://www.uniud.it/digitalmarketing)

**Area Servizi per la Didattica  
Ufficio Programmazione Didattica**  
via Palladio 8, Udine  
tel 0432 556706/08  
[master@uniud.it](mailto:master@uniud.it)

**FARE – Master e alta formazione**  
tel. 0432 556580  
[g.meula.fare@uniud.it](mailto:g.meula.fare@uniud.it)