



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI UDINE**

hic sunt futura

Master Universitario di I livello in "Digital Marketing" a.a. 2020/2021

MANIFESTO DEGLI STUDI

Art. 1 - Attivazione e scopo

Attivazione

È attivato per l'a.a. 2020/2021 presso l'Università degli Studi di Udine il Master universitario di I livello in "Digital Marketing" del valore di 60 crediti formativi universitari.

Obiettivi del Master

Il Master, intende fornire ai partecipanti competenze nell'organizzazione e nella gestione della comunicazione attraverso strumenti digitali e i *social media*, fornendo le conoscenze e le competenze operative per pianificare, organizzare e realizzare progetti comunicativi in contesti digitali, integrati nell'ambito di strategie di marketing tradizionali. 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, sul *social media marketing* e sui principi di *storytelling* e *content management*; permette inoltre di sviluppare competenze operative grazie alla dimensione laboratoriale della didattica. Consente infine di integrare le conoscenze specifiche con competenze trasversali utili per accrescere la capacità di inserimento nei diversi contesti lavorativi.

Il Master, organizzato in collaborazione con l'agenzia di comunicazione Emporio ADV, forma specialisti nella gestione della comunicazione digitale, su sito web o social media, con un profilo particolarmente attento alla gestione dei contenuti. Si tratta di una figura professionale in grado di progettare campagne di comunicazione on line, di curare la gestione dei contenuti di siti web, di gestire *social media* aziendali.

Segreteria

La Segreteria Corsisti ha sede presso l'Area Servizi per la Didattica, Ufficio Programmazione Didattica, via Palladio, 8 - Udine.

La Segreteria amministrativo-contabile ha sede presso il Dipartimento di Scienze economiche e statistiche (DIES).

Art. 2 - Durata, struttura e programma didattico

Periodo didattico e sedi

Le attività didattiche del Master, che avranno inizio nel mese di **novembre 2020** e termineranno nel mese di ottobre 2021, si svolgeranno prevalentemente a Udine nelle sedi dell'Ateneo di Udine e/o sedi esterne. Alcune lezioni potranno essere erogate in modalità telematica.

Se le misure di contenimento adottate in relazione dell'emergenza epidemiologica COVID 19 non consentiranno di svolgere attività didattiche in presenza, le lezioni e le attività pratiche si terranno in modalità telematica, tramite l'ausilio di piattaforme per la didattica online.

Programma didattico

Il Master si articola in attività di tipo teorico-metodologico (lezioni e seminari) e in attività di tipo pratico-applicativo (laboratori, lavori di gruppo, tirocini etc.). È preferibile che gli studenti dispongano di un proprio laptop. Sono previste prove di accertamento intermedie, nonché la preparazione di una tesi finale, su argomenti oggetto del tirocinio.

Il programma didattico sviluppa le seguenti tematiche:



| Attività formative | Tipologia dell'attività formativa | SSD | CFU | ORE |
|---|--|------------------------------------|------------|------------|
| Marketing & brand management | | | 9 | 72 |
| M1 – Marketing & Brand management Marketing strategico e operativo, piano di marketing, i profili professionali nella comunicazione, brand e comunicazione | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali | 5 CFU SECS-P/08 | 5 | 40 |
| M2 – Obiettivi e Misurazioni Ricerche di mercato, customer satisfaction, sistema informativo di marketing, elementi di economia aziendale e budgeting | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali | 1 CFU SECS-P/08 3 CFU SECS-P/07 | 4 | 32 |
| Digital & social media marketing | | | 26 | 204 |
| M3 – Digital strategy Piano di marketing digitale, on line brand and reputation, web advertising, analytics, SEO, e-commerce. | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali | 5 CFU SECS-P/08 | 5 | 40 |
| 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) | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali e Lezione laboratoriale | 5 CFU SECS-P/08 3 CFU L-ART/06 | 8 | 64 |
| M5 – Social Media Marketing La comunicazione sui social media, approfondimenti verticali (comunicazione e advertising sui principali social media), esercitazioni e attività laboratoriali | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali | 2 CFU SPS/08 5 CFU SECS-P/08 | 7 | 56 |
| M6 – Web marketing Esercitazioni e attività laboratoriali per la creazione, pubblicazione e gestione di siti web, principi di web design, CMS | Lezione frontale in presenza/online e casi aziendali | 4 CFU SECS-P/08 2 CFU INF/01 | 6 | 44 |
| Competenze trasversali (soft skills) | | | 3 | 24 |
| Gestire relazioni | Lezioni frontali e laboratoriali in presenza/online | 2 CFU M-PSI/05 | 2 | 16 |
| Gestire progetti | Lezioni frontali e laboratoriali in presenza/online | 1 CFU ING-IND/35 | 1 | 8 |
| Totale lezioni frontali | | | 38 | 300 |
| Stage | | | 16 | 400 |
| Prova finale | | | 6 | |
| | TOTALE | | 60 | |



Calendario delle lezioni

Il calendario di massima sarà comunicato all'inizio del corso. Le lezioni si terranno di norma giovedì pomeriggio, venerdì e sabato.

Frequenza

La frequenza alle attività sopra indicate è obbligatoria e costituisce condizione necessaria per l'ottenimento del titolo finale (70% delle attività didattiche e 100% dell'attività di tirocinio). Se le misure di contenimento adottate in relazione dell'emergenza epidemiologica COVID 19 non consentiranno di svolgere attività didattiche in presenza, le lezioni e le attività pratiche si terranno in modalità telematica, tramite l'ausilio di piattaforme per la didattica online.

Previa valutazione del Consiglio di Master, gli studenti lavoratori potranno assolvere all'obbligo di tirocinio identificando un project work, da sviluppare nell'ambito dell'azienda in cui sono impiegati.

Art. 3 – Requisiti di ammissione e selezione al Master

Titolo d'accesso

Per l'iscrizione al Master in "Digital Marketing" presso l'Università degli Studi di Udine, che prevede un numero massimo di 29 iscritti, è necessario essere in possesso della laurea, di un titolo di studio universitario di durata almeno triennale conseguito secondo l'ordinamento previgente al D.M. 509/99 ovvero di un altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo dal Consiglio dell'organo competente ai soli fini dell'iscrizione al Master.

Verranno accolte con riserva domande di ammissione di laureandi che conseguiranno il titolo richiesto per l'ammissione entro il termine previsto per l'iscrizione al Master.

Selezione

Nel caso in cui il numero delle domande di ammissione superi i posti disponibili, la selezione dei candidati verrà effettuata da un'apposita Commissione nominata dal Consiglio di Master. La Commissione valuterà i candidati in base al curriculum vitae e a un eventuale colloquio volto ad accertare motivazione e background formativo e professionale. La data dell'eventuale colloquio verrà pubblicata sulla pagina del [sito del Master](#)

Qualora il numero definitivo di iscritti risulti inferiore a 18, l'Università degli Studi di Udine si riserva la possibilità di non attivare il corso.

Art. 4 - Titolo di studio conseguito all'estero

I candidati in possesso di titolo di studio conseguito all'estero per potersi iscrivere all'università devono ottenere il riconoscimento del titolo di studio posseduto. Nella pagina del sito <https://www.uniud.it/it/international-area> è possibile reperire tutte le informazioni utili.

In particolare le procedure per il riconoscimento del titolo estero sono curate dal [Cimea](#), Centro di Informazione sulla Mobilità e le Equivalenze Accademiche. Gli studenti interessati ad accedere al Master potranno creare un proprio account direttamente attraverso la pagina dedicata al seguente link: <https://cimea.diplo-me.eu/udine/#/auth/login> e seguire le indicazioni per richiedere l'attestato di comparabilità ai fini di accesso ad un master universitario di primo o di secondo livello CIMEA - NARIC. CIMEA - NARIC rilascia un **Attestato di comparabilità** entro 15 giorni lavorativi dalla ricezione di tutta la documentazione occorrente per la valutazione. Tale attestato dovrà pervenire all'Ufficio Master (Via Palladio n. 8 - 33100 Udine o via e-mail all'indirizzo master@uniud.it) entro i termini previsti per l'ammissione al Corso. In caso di mancata presentazione, l'ammissione viene accettata con riserva e il corsista avrà la possibilità di regolarizzare la propria posizione producendo la documentazione mancante entro e non oltre i termini previsti per l'iscrizione al Corso.

Il costo per il rilascio dell'**attestato di comparabilità** è a carico del candidato che vuole iscriversi al Master.

Art. 5 - Procedure di ammissione e graduatoria

Procedura di ammissione e termini di scadenza

Per iscriversi alla selezione le interessate/gli interessati dovranno utilizzare ESCLUSIVAMENTE la procedura ON-LINE accedendo al sito <https://uniud.esse3.cineca.it/Home.do>, e improrogabilmente **entro le ore 11.30** del giorno **9 ottobre 2020** seguendo le istruzioni consultabili alla pagina <http://www.uniud.it/digitalmarketing>.



Alla domanda di ammissione presentata seguendo la procedura on-line sopra indicata dovrà essere allegato in formato pdf il **curriculum vitae** nel quale vanno indicati anche i titoli accademici e professionali.

L'inserimento nella procedura on line dei dati relativi al titolo conseguito vale come autocertificazione resa ai sensi del T.U. in materia di documentazione amministrativa n. 445 del 28.12.2000 relativa al possesso del titolo di studio sopra citato.

Non verranno accolte domande di ammissione pervenute con modalità diverse da quella on-line.

Graduatoria

L'ammissione dei corsisti al Master verrà formalizzata con comunicazione pubblicata entro il **16 ottobre 2020** nel [sito del Master](#). La pubblicazione in rete ha valore di comunicazione ufficiale agli interessati: non sono previste comunicazioni al domicilio degli stessi.

Art. 6 - Tasse di iscrizione

Costo Totale

Il Master prevede una tassa di iscrizione pari a **€ 3.600,00** (a cui vanno aggiunti € 32,00 di imposta di bollo assolta in modo virtuale).

Prima Rata

Il versamento della I rata del contributo di iscrizione pari a **€ 2.016,00** (che comprende l'imposta di bollo da € 16,00 assolta in modo virtuale) andrà versato in fase di iscrizione (come indicato all'art. 8).

Seconda Rata

La seconda rata pari a **€ 1.616,00** (comprendente la marca da bollo da € 16,00 assolta in modo virtuale dovuta per il rilascio dell'attesto finale) andrà versata entro il **1° marzo 2021**. Sarà cura della/del corsista effettuare il pagamento entro i termini previsti accedendo alla sezione "pagamenti" dell'area riservata di "Esse3" e successivamente inviare copia della ricevuta del versamento della II rata all'Area Servizi per la Didattica - Ufficio Programmazione Didattica, via Palladio, n. 8 - Udine o inviata via mail all'indirizzo master@uniud.it.

Carta Docente

È possibile effettuare il pagamento del contributo di iscrizione utilizzando la "Carta del Docente". Tutte le informazioni e le indicazioni relative alla procedura sono reperibili alla pagina del sito <https://www.uniud.it/uniud/it/didattica/formazione-post-laurea/formazione-abilitazione-insegnanti/cartadoc>

Art. 7 - Pagamento del contributo da parte di soggetti terzi

1. Il pagamento della quota di iscrizione dello studente al Corso può essere sostenuto da soggetti terzi (Enti pubblici, Fondazioni, Aziende, etc.). In tale ipotesi è necessario contattare l'Ufficio master, prima di effettuare il pagamento (sia della I che della II rata), inviando una mail all'indirizzo master@uniud.it per avere indicazioni sulle modalità relative al versamento.
2. Il pagamento del contributo da parte di un ente pubblico deve essere formalizzato (lettera di impegno o determina) entro e non oltre la data prevista per l'inizio delle lezioni.
3. Il corso rientra nell'attività istituzionale dell'Ateneo. Il contributo di iscrizione resta, pertanto, al di fuori del campo di applicazione dell'IVA (DPR 633/72 artt. 1 e 4) e i relativi pagamenti non sono soggetti a fatturazione.

Su richiesta dell'ente, successivamente all'effettivo incasso, l'Ateneo potrà rilasciare nota contabile quietanzata.

Art. 8 - Procedure di Iscrizioni e termini di scadenza

Procedura di iscrizione on line

Per iscriversi al Master le candidate/i candidati ammessi dovranno effettuare l'iscrizione utilizzando ESCLUSIVAMENTE la procedura ON-LINE accedendo al sito <https://uniud.esse3.cineca.it/Home.do>, **improrogabilmente** entro le ore **11.30** del giorno **26 ottobre 2020** seguendo le [ISTRUZIONI](#).

L'inserimento nella procedura on line dei dati relativi al titolo conseguito vale come autocertificazione resa ai sensi del T.U. in materia di documentazione amministrativa n. 445 del 28.12.2000 relativa al possesso del titolo di studio sopra citato.



Al termine dell'inserimento on-line è necessario stampare la domanda di iscrizione, debitamente compilata e firmata, e caricarla nel sistema di immatricolazione Esse3.

I candidati ammessi che non avranno provveduto a regolarizzare la propria iscrizione entro i termini sopra indicati (tramite compilazione della domanda di immatricolazione on line e il versamento del contributo di iscrizione) saranno considerati rinunciatari e pertanto si provvederà a convocare gli idonei subentranti (sino alla copertura dei posti).

Chi ha ottenuto l'iscrizione al Master non ha diritto al rimborso del contributo (salvo il caso di non attivazione del corso da parte dell'Università a esclusione dell'imposta di bollo).

Nel caso in cui al termine della fase di iscrizione rimangano vacanti alcuni posti, il Consiglio del Master valuterà l'opportunità di ammettere in ritardo eventuali candidature, purché presentate prima dell'inizio del corso. Saranno resi noti, con avviso pubblicato sul sito d'Ateneo alla pagina del corso, i tempi e le modalità per procedere ad una eventuale iscrizione in ritardo.

Art. 9 – Iscrizione a corsi singoli

- 1 Nel caso in cui al termine della fase di iscrizione non siano stati coperti tutti i posti disponibili è consentita l'iscrizione al pacchetto dei moduli M3+M4+M5 che compongono il programma del Master, purché i candidati siano in possesso di titolo idoneo per l'ammissione a corsi di studio universitari, previa valutazione del Consiglio di Master.
- 2 L'iscrizione al pacchetto di moduli è comunque subordinata alla disponibilità di posti non coperti dagli iscritti al corso complessivo e sarà resa nota tramite avviso sul sito. Per potersi iscrivere al pacchetto dei moduli M3+M4+M5 è necessario compilare il modulo di pre-adesione in cui saranno indicati i corsi singoli cui si chiede iscrizione. Al modulo di pre-adesione, reperibile sulla [sito del Master](#), va allegato il curriculum vitae, in formato pdf. Il modulo di pre-adesione va inviato a master@uniud.it. La domanda di pre-adesione potrà essere presentata **a partire dal 4 novembre 2020** e fino all'inizio del modulo di "Digital e Social Media Marketing". La tassa di iscrizione al pacchetto dei tre moduli è pari a € 2.000,00.
- 3 Una volta ricevuta la conferma dell'ammissione al/ai corso/i singolo/i, il candidato dovrà effettuare l'iscrizione utilizzando ESCLUSIVAMENTE la procedura ON-LINE e accedendo al sito <https://uniud.esse3.cineca.it/Home.do>. Al termine dell'inserimento on-line è necessario stampare la domanda di iscrizione e inviarla debitamente compilata e firmata via mail all'indirizzo master@uniud.it unitamente alla copia del Codice fiscale e documento d'identità e ricevuta del pagamento. L'inserimento nella procedura on line dei dati relativi al titolo conseguito vale come autocertificazione resa ai sensi del T.U. in materia di documentazione amministrativa n. 445 del 28.12.2000 relativa al possesso del titolo di studio sopra citato.

Art. 10 - Candidati con disabilità (DIS) o con Disturbi Specifici dell'Apprendimento (DSA)

In caso di ammissione al corso, i candidati con DSA (certificati ai sensi della legge n. 170/10 e successive modificazioni) e i candidati con disabilità (attestata da certificazione rilasciata dalla struttura sanitaria pubblica competente per il territorio, ai sensi della legge n. 104/92 e successive modificazioni), al fine di poter fruire dei servizi previsti dal Regolamento specifico d'Ateneo, potranno prendere appuntamento con il Servizio per gli studenti con disabilità e con DSA in modo da valutare le eventuali tipologie di supporti erogabili sulla base delle possibilità e disponibilità logistico/temporali.

Art. 11 - Titolo rilasciato

- 1 Al termine del **Master**, dopo la verifica dell'assolvimento degli obblighi previsti, verrà rilasciato il titolo di Master Universitario di I livello in "Digital Marketing".
- 2 A coloro che si iscriveranno ai **Corsi singoli** sarà rilasciato, su richiesta dell'interessato, un certificato di frequenza, con relativi CFU previo superamento delle relative prove d'esame.
- 3 Durante lo svolgimento delle attività didattiche, agli iscritti potranno essere rilasciati, a richiesta, certificati di iscrizione a firma del responsabile della Area Servizi per la Didattica.

Art. 12- Responsabile del procedimento

Ai sensi della legge 7 agosto 1990, n. 241 e ss mm e ii, responsabile del procedimento di accesso di cui al presente Manifesto degli Studi è il Capo dell'Area Servizi per la didattica. I dati raccolti saranno trattati



secondo quanto disciplinato dal Regolamento 2016/679 (c.d. "GDPR") e dal D.Lgs. 196/03.

Art. 13 - Trattamento dei dati personali

- 1 Ai sensi del Regolamento 2016/679 (c.d. "GDPR") e del D.Lgs. 196/03, i dati personali forniti al fine dell'iscrizione al master, sono raccolti presso gli uffici dell'Università degli Studi di Udine – Area Servizi per la Didattica.
- 2 Il trattamento dei suddetti dati avverrà esclusivamente per le finalità di cui al presente Manifesto degli Studi.
- 3 I dati personali forniti dai candidati possono essere comunicati dall'Università al Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca per le finalità istituzionali proprie.
- 4 Ai candidati sono riconosciuti i diritti di cui al Regolamento 2016/679 (c.d. "GDPR") e al D.Lgs. 196/03, in particolare il diritto di accesso ai dati che li riguardano e il diritto di ottenerne l'aggiornamento o la cancellazione se erronei, incompleti o raccolti in termini non conformi alla legge, nonché il diritto, per motivi legittimi, di opporsi al loro trattamento. Tali diritti possono essere fatti valere nei confronti dell'Università degli Studi di Udine che ha sede in via Palladio, 8 – 33100 Udine titolare del trattamento.

Art. 14 - Norme finali

- 1 L'Università degli Studi di Udine si riserva di effettuare i controlli di legge sulle dichiarazioni rese e, qualora queste risultassero non veritiere, di procedere ad inviare la documentazione all'autorità giudiziaria competente.
- 2 Per tutto quanto non espressamente previsto nel presente Manifesto degli studi si fa rinvio al Regolamento per l'istituzione e il funzionamento dei master universitari e dei corsi di perfezionamento dell'Università di Udine.

Il Direttore del Master

Prof.ssa Maria Chiarvesio

Segreteria Corsisti

Area Servizi per la Didattica – Ufficio Programmazione Didattica

via Palladio, 8 – UDINE

TEL. 0432/556706

sportello telefonico da lunedì a giovedì 9.30-11.30

(Tutte le sedi universitarie rimarranno chiuse dal 10 al 14 agosto 2020)

master@uniud.it