

D.R. n. 282 del 25/07/2023

**L'UNIVERSITA' TELEMATICA SAN RAFFAELE ROMA
e il CONSORZIO UNIVERSITARIO HUMANITAS
organizzano il
Master di I° livello in
"DIGITAL MARKETING"
con la collaborazione scientifica dell'Università degli studi di Salerno**

(II edizione)

Partners: ICI Istituto Clinico Interuniversitario, Consorzio Universitario Universalus, Istituto Universalus, Humanitas Edizioni, AICA-Associazione Italiana per l'Informatica ed il calcolo automatico, Unikore, Unindustria Perform S.r.l.

(A.A. 2023/2024)

Titolo	DIGITAL MARKETING
Direttori	Prof.ssa Bice Della Piana - Dott. Pasquale Borriello
Coordinatore	Dott. Gianfranco Picano
Comitato scientifico	Prof.ssa Bice Della Piana Prof. Roberto Parente Prof. Vittorio Scarano Dott. Luca Barbieri Dott. Raffaele Falcone Dott. Angelo La Duca Dott. Roberto Saracco
Direttore organizzativo	Dott. Antonio Attianese
Direttore didattico	Dott.ssa Carla Pampaloni
Obiettivi e finalità	Negli attuali business model il Digital Marketing ha assunto un peso rilevante, se non assoluto. Al Digital Marketing Specialist è richiesto un mindset specifico che combina competenze analitiche, creative e di adattabilità a contesti locali oltre che internazionali, multiculturali e multiprofessionali. Il Master ha la finalità di trasferire conoscenze e competenze necessarie al Digital Marketing Specialist per analizzare, creare e comunicare in maniera efficace sia con riferimento a business model tradizionali che ambiscono a rendere operativa la trasformazione digitale che a business model totalmente digitali.



	<p>Il profilo professionale in uscita si riferisce ad un professionista in grado di usare contenuti visivi, storytelling e tecniche di gamification che possano catturare l'attenzione dei clienti e migliorarne l'engagement. Avrà conoscenza delle metriche di marketing per prendere decisioni informate e misurare il successo delle campagne di marketing oltre che trarre informazioni utili al miglioramento delle strategie future, ivi compresa la determinazione dei costi. Sarà in grado di collaborare e comunicare efficacemente con team multidisciplinari - come sviluppatori web, designer, grafici e specialisti di contenuti - oltre che team multiculturali.</p>
Articolazione e Metodologia del corso	<p>Il Master ha una durata di 1500 ore (12 mesi), pari a 60 CFU (Crediti Formativi Universitari) ed è erogato in modalità FAD (asincrona) e Blended (FAD asincrona/sincrona e in presenza)</p> <p>Durata: 12 mesi</p> <p>Master erogato in modalità FAD (asincrona)</p> <p>Metodologie Didattiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- lezioni (didattica a distanza): 300 ore- project work, prove di verifica: 200 ore- studio individuale: 550 ore- tirocinio: 250 ore- esercitazioni e Prova finale: 200 ore <p>Master erogato in modalità Blended (FAD sincrona/asincrona/presenza)</p> <p>Metodologie Didattiche:</p> <ul style="list-style-type: none">- lezioni (didattica a distanza): 150 ore- lezioni (presenza): 150 ore- project work, prove di verifica: 200 ore- studio individuale: 550 ore- stage: 250 ore- esercitazioni e Prova finale: 200 ore <p>I crediti formativi Universitari (CFU) si maturano con il superamento dell'esame finale di profitto, che consiste nella redazione e discussione di una tesina, davanti ad una Commissione appositamente nominata, frutto dello studio e dell'interpretazione personale del percorso formativo intrapreso e relativo alle attività svolte. La Commissione, nominata dal Rettore, è composta dai docenti del Corso.</p> <p>Al termine del Corso, a quanti abbiano osservato tutte le condizioni richieste e superato con</p>



	esito positivo la prova finale sarà rilasciato un Diploma di Master di I° livello in “DIGITAL MARKETING”		
Programma didattico	INSEGNAMENTO	SSD	CFU
	Mod.1: DIGITAL MARKETING E DIGITAL BUSINESS MODEL <ul style="list-style-type: none"> – Relationship Marketing – Marketing Digitale – Digital Business Model – Revenue Models 	SECS -P/08	6
	Mod.2: COMUNICAZIONE DIGITALE <ul style="list-style-type: none"> – Elementi e assiomi della comunicazione – Livelli e canali della comunicazione – Content Strategy – Brand design 	SECS -P/08 SPS/08	6
	Mod.3: SOCIAL MEDIA MARKETING <ul style="list-style-type: none"> – Funnel Marketing – Bayer Persona – Customer Life Time Value – Determinazione dei costi 	SECS -P/08	6
	Mod.4: STAKEHOLDER ANALYSIS e GESTIONE DEI CANALI <ul style="list-style-type: none"> – Stakeholder Mapping – Digital Stakeholder Engagement – Digital Influencer Analysis – Single channel, Multi-channel, Cross-channel, Omni-channel 	SECS -P/08	6
	Mod.5: EXPERIENCE MANAGEMENT <ul style="list-style-type: none"> – Customer Journey Mapping – User e Citizen Experience – Customer Obsession e Customer Centricity – Modelli CX e CC, Metriche e misurazione 	SECS-P/08	6



	Mod.6: INTELLIGENCE E TECNICHE DI RETENTION <ul style="list-style-type: none">- Social Listening- Social e Cultural Intelligence- Online Community Build Up- Gaming	SECS -P/08 SPS/08	6
	Mod.7: LO STORYTELLING MULTIMEDIALE <ul style="list-style-type: none">- Lo storytelling- La comunicazione dei progetti imprenditoriali- La comunicazione del patrimonio culturale dell'impresa	SECS -P/08 SPS/08	4
	Mod.8: DATA DRIVEN MARKETING <ul style="list-style-type: none">- Data Science per il Marketing- Customer, Context e Network Analysis- Data visualization- Marketing predittivo	SECS -P/08 INF/01 SPS/08	6
	Mod.9: TEAM WORKING <ul style="list-style-type: none">- Team virtuali- Team multidisciplinari- Team multiculturali	SECS -P/08	4



	Esercitazioni, simulazioni e approfondimenti su diversi temi, ad es.:		
	<ul style="list-style-type: none">- Content Strategy, Personas e Customer Journey (PW)- Storytelling (PW)- Gaming e retention (PW)- Digital Stakeholder Engagement (PW)- L'utilizzo della piattaforma Qualtrics Customer XM™ (PW)- Virtual Classroom Assessment: Customer Centricity Index®- Case Study: Customer Centricity e Customer Voice- Assessment comunicativo (PW)- Organizzazione di un pitch (PW)		
	<i>Totale parziale CFU</i>		50
	Tirocinio		8
	Prova Finale		2
TOT CFU		60	



Docenti	<p>Prof.ssa Bice Della Piana, Professoressa Associata di Cross Cultural Management, Cross Cultural Competence, International Project Management ed Economia e Gestione delle Imprese, Dir. Scientifico del 3CLab, Università degli Studi di Salerno</p> <p>Prof. Roberto Parente, Professore Ordinario di Innovation Management, Dir. Scientifico del LISA Lab, Università degli Studi di Salerno</p> <p>Prof. Vittorio Scarano, Professore Ordinario di Cloud Computing, Dir. Scientifico ISIS Lab, Università degli Studi di Salerno</p> <p>Prof. Alfonso Amendola, Professore Associato di Media Classici e Digitali, Sociologia dei Processi Digitali ed Internet Studies, Università degli Studi di Salerno</p> <p>Prof. Mauro Feliziani, Creative Director Arkage, professore a contratto Università Sapienza, Roma</p> <p>Dott.ssa Leslie J. Marin Palacio, Digital Marketing Specialist, Decathlon Italia</p> <p>Dott.ssa Bianca Barone, Assegnista di ricerca Università degli Studi di Salerno, Founder Community Antropologi Al Lavoro</p> <p>Dott. Luca Barbieri, giornalista e cofondatore di Blum, Business as a medium</p> <p>Dott. Giovanni Binetti, value marketing e senior partner Arkage</p> <p>Dott. Pasquale Borriello, CEO Arkage e co-founder Italian CXPA Network</p> <p>Dott. Raffaele Falcone, country manager Italy Qualtrics</p> <p>Dott. Gennai Gioni, Principal Solution Engineer Qualtrics</p> <p>Dott. Federico Giuntella, Head of Human Insights Arkage</p> <p>Dott. Andrea Montuschi, Employee Experience Strategist Qualtrics</p> <p>Dott. Adriana Piazza, Customer Experience Strategist Qualtrics</p> <p>Dott. Andrea Pomponi, Digital Strategist Arkage</p> <p>Dott. Roberto Saracco, Digital Transformation IEEE</p>
Tirocinio	<p>il tirocinio si svolgerà:</p> <ul style="list-style-type: none">- modalità FAD: virtuale e/o simulata con i docenti del Master (elaborazione di un project work, analisi e problem solving riguardante filmati e case study consegnati dai docenti, supervisione su casi presentati dagli allievi), elaborati da svolgere.- modalità Blended: in presenza presso strutture convenzionate.
Requisiti di ammissione Profilo professionale	<p><i>Requisiti di ammissione</i></p> <p>Laurea triennale, preferibilmente L-31, L-8, L-20, Laurea magistrale/ specialistica, Laurea vecchio ordinamento o altro titolo di studio universitario conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente, preferibilmente LM-18, LM-32, LM-data, L-20</p> <p><i>Profilo professionale</i></p> <p>Il profilo professionale in uscita si riferisce ad un professionista in grado di usare contenuti visivi, storytelling e tecniche di gamification che possano catturare l'attenzione dei clienti e migliorarne l'engagement. Avrà conoscenza delle metriche di marketing per prendere decisioni informate e misurare il successo delle campagne di marketing oltre che trarre informazioni utili al miglioramento delle strategie future, ivi compresa la determinazione dei costi. Sarà in grado di collaborare e comunicare efficacemente con team</p>



	multidisciplinari - come sviluppatori web, designer, grafici e specialisti di contenuti - oltre che team multiculturali.
Attività e adempimenti	<p>Gli insegnamenti nel loro complesso prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none">- videolezioni sulla piattaforma didattica e in presenza- tirocinio <p>Agli studenti vengono richiesti i seguenti adempimenti:</p> <ul style="list-style-type: none">- studio individuale del materiale didattico, prove di verifica e project work- attività di tirocinio- superamento dell'esame finale che si svolgerà in presenza della commissione.
Modalità di iscrizione	<p>Per iscriversi al Master si dovrà seguire la procedura indicata nel sito ufficiale di Ateneo, www.uniroma5.it.</p> <p>L'iscrizione dovrà essere perfezionata entro 1 settimana prima dell'avvio del corso salvo eventuali proroghe.</p> <p>I cittadini non comunitari residenti all'estero potranno presentare la domanda tramite le Rappresentanze diplomatiche italiane competenti per territorio che, a loro volta, provvederanno ad inviarla all'Università Telematica San Raffaele Roma, allegando il titolo di studio straniero corredato di traduzione ufficiale in lingua italiana, legalizzazione e dichiarazione di valore.</p> <p>Oltre alla suddetta documentazione, i cittadini non comunitari residenti all'estero, dovranno presentare all'Università il permesso di soggiorno rilasciato dalla Questura in unica soluzione per il periodo di almeno un anno; i cittadini non comunitari residenti in Italia dovranno presentare il permesso di soggiorno rilasciato per uno dei motivi indicati all'articolo 39, quinto comma, del D.L.vo n. 286 del 25.7.1998 (ossia per lavoro autonomo, lavoro subordinato, per motivi familiari, per asilo politico, per asilo umanitario o per motivi religiosi).</p> <p>Non saranno ammesse iscrizioni con riserva per documentazione incompleta o per errata trascrizione dei dati sul sito dell'Ateneo.</p> <p>Il mancato pagamento delle rate nei termini prestabiliti comporta la sospensione dell'accesso alla piattaforma e la non ammissione all'esame finale.</p>
Durata del corso e modalità di erogazione	Il master ha durata annuale pari a 1500 ore di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a 60 CFU (Crediti Formativi Universitari).



	<p>L'insegnamento viene erogato sia in presenza sia in modalità e-learning sulla piattaforma didattica 24/24 ore e materiale didattico integrativo e in presenza laddove previsto (Blended) secondo la modalità scelta.</p>
Quote di iscrizione	<p>La quota di iscrizione è di:</p> <p>Modalità FAD: € 2.500,00 (duemilacinquecento/00)</p> <p>I pagamenti possono essere effettuati secondo le modalità specificate sul sito internet dell'Ateneo, in rate così ripartite:</p> <ul style="list-style-type: none">– quota pre-iscrizione: € 100,00 da versare al Consorzio Universitario Humanitas– quota immatricolazione: € 500,00 da versare all'Università San Raffaele– I rata di € 1000,00, entro il 1 mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas– II e ultima rata di € 900,00, entro il 2 mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas <p>Modalità BLENDED: € 4.000,00 (quattromila/00)</p> <p>I pagamenti possono essere effettuati secondo le modalità specificate sul sito internet dell'Ateneo, in rate così ripartite:</p> <ul style="list-style-type: none">– quota pre-iscrizione: € 100,00 da versare al Consorzio Universitario Humanitas– quota immatricolazione: € 800,00 da versare all'Università San Raffaele– I rata di € 1100,00, entro il 1 mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas– II rata di € 1000,00, entro il 2 mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas– III e ultima rata di € 1000,00, entro il 3 mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas <p>Eventuali informazioni potranno essere richieste all'indirizzo e-mail: master@consorziohumanitas.com e al numero telefonico Tel. +39 06 3224818 dal lunedì al venerdì dalle 09:00 alle 19:00</p> <p>I docenti in possesso della Carta del Docente possono utilizzare l'importo della carta per fini formativi scegliendo di frequentare questo corso.</p> <p>Il mancato pagamento delle rate nei termini prestabiliti comporta la sospensione dell'accesso alla piattaforma e la non ammissione all'esame finale.</p> <p>Il discente potrà esercitare il diritto di recesso entro il termine di 10 giorni lavorativi dalla data di iscrizione, mediante invio, entro i termini sopra indicati, di una raccomandata A.R.</p>



	<p>all'Università Telematica San Raffaele Roma, via di Val Cannuta 247, 00166 Roma o di una pec all'indirizzo amministrazione@pec.uniroma5.it.</p> <p>In tale ipotesi il relativo rimborso sarà effettuato entro 90 giorni dalla comunicazione, da parte del discente, dell'esercizio del diritto di recesso.</p> <p>L'attivazione del master è subordinata al raggiungimento di:</p> <p>Modalità FAD: minimo 30 - a tasso piena e minimo 50 - a tasso in convenzione (scontata)</p> <p>Modalità Blended: minimo 20 - a tasso piena e minimo 30 - a tasso in convenzione (scontata)</p>
Scadenze	<p>Il termine ultimo per la raccolta delle iscrizioni è 1 settimana prima dell'avvio del corso, salvo eventuali proroghe.</p> <p>I edizione: Dicembre 2023 - Fine Gennaio 2025</p> <p>II edizione: Giugno 2024- Fine Marzo 2025</p> <p>La prova d'esame potrebbe essere posticipata per effetto dell'eventuale proroga della data inizio corso.</p>

Roma, 25/07/2023

IL RETTORE
(Prof. Vilberto Stocchi)