

D.R. n. 200 del 19/12/2022

**L'UNIVERSITA' TELEMATICA SAN RAFFAELE ROMA
e il CONSORZIO UNIVERSITARIO HUMANITAS
organizzano il Master di I° livello in
“DIGITAL TRANSFORMATION, CUSTOMER EXPERIENCE,
MARKETING DIGITALE E COMUNICAZIONE”**

(I edizione)

partners: ICI Istituto Clinico Interuniversitario, Consorzio Universitario Universalus, Istituto Universalus, Humanitas Edizioni

(A.A. 2022/2023)

Titolo	DIGITAL TRANSFORMATION, CUSTOMER EXPERIENCE, MARKETING DIGITALE E COMUNICAZIONE
Direttori	Dr. Gianfranco Picano - Dr. Pasquale Borriello
Direttore organizzativo	Dr. Antonio Attianese
Responsabile didattico	Dott.ssa Carla Pampaloni
Comitato scientifico	Dr. Luca Barbieri Dr. Raffaele Falcone Dr. Angelo La Duca Dr. Roberto Saracco
Obiettivi e finalità	<p>Il programma del Master integra una formazione “scientifica” con un approccio pratico ed operativo che consentirà ai partecipanti di accrescere le proprie skills in un contesto industriale che sta assumendo sempre più un valore distintivo per la competitività e per i processi di trasformazione digitale.</p> <p>La Trasformazione Digitale è l’anello di congiunzione tra il business di oggi e quello dei prossimi anni, in cui si andrà a sfruttare sempre più la dimensione digitale per efficientare costi, dare flessibilità ai prodotti e trasformare i modelli di business, generando nuove possibilità di guadagno (new revenue streams).</p> <p>Il Master ha la finalità di fornire conoscenze e competenze complete riguardo la Trasformazione Digitale, la Customer Experience, collegata alle dinamiche del Marketing e della Comunicazione digitale.</p> <p>Il percorso didattico si basa sul modello della <i>flipped classroom ibrida</i>: i materiali formativi saranno forniti in anticipo mentre il lavoro in aula (da remoto o in presenza) sarà soprattutto esperienziale e basato su Project Work e/o Case Studies raccontati da esperti e professionisti del settore.</p> <p>Obiettivo è formare sulla interazione del cliente con l’azienda, fornendo capacità applicative e strumenti fondamentali, per avere successo nella comprensione e misurazione della Trasformazione Digitale, della Customer Experience, oltreché del Marketing Digitale e della Comunicazione.</p> <p>Il Master è dedicato, sia a professionisti sia a giovani laureati e neolaureati,</p>



	<p>interessati ad apprendere e certificare le competenze tra le più richieste dal mercato del lavoro.</p>																											
<p>Articolazione e Metodologia del corso</p>	<p>Il Master avrà una durata di studio di 1500 ore pari a 60 CFU (Crediti Formativi Universitari). Durata: 12 mesi Master erogato in modalità Blended (FAD/presenza) Metodologie Didattiche: - lezioni (didattica a distanza): 200 ore - lezioni (didattica in presenza): 100 ore - project work, prove di verifica: 200 ore - Studio individuale: 550 ore - Tirocinio: 250 ore - Esercitazioni e Prova finale: 200 ore <i>NB: le attività previste in presenza saranno regolate ed erogate sulla base delle prescrizioni definite a livello nazionale, regionale e comunale inerenti l'emergenza SARS-CoV-2 / COVID-19, che sollevano il Consorzio Universitario Humanitas da qualsiasi responsabilità</i> I crediti formativi Universitari (CFU) si maturano con il superamento dell'esame finale di profitto, che consiste nella redazione e discussione di una tesina/progetto, 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. Al termine del Corso, a quanti abbiano osservato tutte le condizioni richieste e superato con esito positivo la prova finale sarà rilasciato un Diploma di Master di I° livello in “DIGITAL TRANSFORMATION, CUSTOMER EXPERIENCE, MARKETING DIGITALE E COMUNICAZIONE”</p>																											
<p>Programma didattico</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="512 1279 1161 1328">INSEGNAMENTO</th> <th data-bbox="1161 1279 1353 1328">SSD</th> <th data-bbox="1353 1279 1481 1328">CFU</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="512 1328 1161 1417">Trasformazione Digitale e Management dell'Innovazione</td> <td data-bbox="1161 1328 1353 1417">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1328 1481 1417">7</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1417 1161 1507">L'importanza dell'Experience Management</td> <td data-bbox="1161 1417 1353 1507">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1417 1481 1507">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1507 1161 1597">Comunicazione Digitale, Sweet Spot e Content Strategy</td> <td data-bbox="1161 1507 1353 1597">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1507 1481 1597">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1597 1161 1686">Customer Obsession e Customer Centricity</td> <td data-bbox="1161 1597 1353 1686">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1597 1481 1686">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1686 1161 1776">I modelli CX e CC, Metriche e misurazione</td> <td data-bbox="1161 1686 1353 1776">SECS-S/01</td> <td data-bbox="1353 1686 1481 1776">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1776 1161 1865">Customer Journey Mapping, Personas e User Experience</td> <td data-bbox="1161 1776 1353 1865">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1776 1481 1865">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1865 1161 1955">Omnichannel Customer Experience</td> <td data-bbox="1161 1865 1353 1955">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1865 1481 1955">6</td> </tr> <tr> <td data-bbox="512 1955 1161 2042">Citizen Experience</td> <td data-bbox="1161 1955 1353 2042">SECS -P/08</td> <td data-bbox="1353 1955 1481 2042">6</td> </tr> </tbody> </table>	INSEGNAMENTO	SSD	CFU	Trasformazione Digitale e Management dell'Innovazione	SECS -P/08	7	L'importanza dell'Experience Management	SECS -P/08	6	Comunicazione Digitale, Sweet Spot e Content Strategy	SECS -P/08	6	Customer Obsession e Customer Centricity	SECS -P/08	6	I modelli CX e CC, Metriche e misurazione	SECS-S/01	6	Customer Journey Mapping, Personas e User Experience	SECS -P/08	6	Omnichannel Customer Experience	SECS -P/08	6	Citizen Experience	SECS -P/08	6
INSEGNAMENTO	SSD	CFU																										
Trasformazione Digitale e Management dell'Innovazione	SECS -P/08	7																										
L'importanza dell'Experience Management	SECS -P/08	6																										
Comunicazione Digitale, Sweet Spot e Content Strategy	SECS -P/08	6																										
Customer Obsession e Customer Centricity	SECS -P/08	6																										
I modelli CX e CC, Metriche e misurazione	SECS-S/01	6																										
Customer Journey Mapping, Personas e User Experience	SECS -P/08	6																										
Omnichannel Customer Experience	SECS -P/08	6																										
Citizen Experience	SECS -P/08	6																										



	Comunicare l'innovazione tecnologica e i progetti imprenditoriali	SECS -P/08	6
	<i>Totale parziale CFU</i>		42
	<u>Esercitazioni</u>		
	Content Strategy, Personas e Customer Journey (PW)		
	L'utilizzo della piattaforma Qualtrics CustomerXM™ (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>	100	4
	TIROCINIO	250	10
	PROVA FINALE	100	4
	Tot. CFU		60
Docenti	<p>Dr. Luca Barbieri, Giornalista e Cofondatore di Blum, Business as a medium Dr. Giovanni Binetti, Value Marketing e Senior Partner Arkage Dr. Pasquale Borriello, CEO Arkage e co-founder Italian CXPA Network Dr. Raffaele Falcone, Country Manager Italy Qualtrics Prof. Mauro Feliziani, Creative Director Arkage, Professore a contratto La Sapienza, Università di Roma Dr. Gennai Gioni, Principal Solution Engineer Qualtrics Dr. Federico Giuntella, Head of Human Insights Arkage Dr. Andrea Montuschi, Employee Experience Strategist Qualtrics Dr. Adriana Piazza, Customer Experience Strategist Qualtrics Dr. Andrea Pomponi, Digital Strategist Arkage Dott. Roberto Saracco, Digital Transformation IEEE</p>		
Tirocinio	<p>Il Tirocinio può essere svolto con le seguenti modalità: - in presenza presso gli enti convenzionati; - 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. È possibile integrare le modalità di tirocinio oppure sceglierne una sola,</p>		



	<p>concordandolo con la Direzione del Master. L'autorizzazione alla frequenza del tirocinante presso una struttura convenzionata è soggetta alla discrezionalità della stessa struttura ospitante.</p> <p><i>NB: le attività previste in presenza (lezioni, tirocini, etc..) saranno regolate ed erogate sulla base delle prescrizioni definite a livello nazionale, regionale e comunale inerenti l'emergenza SARS-CoV-2 / COVID-19, che sollevano il Consorzio da qualsiasi responsabilità.</i></p>
Destinatari, Requisiti di ammissione	<p><i>Destinatari</i> Studenti che si sono laureati (triennale e/o magistrale), dipendenti nei diversi settori economici/finanziari/industriali e della pubblica amministrazione nonché professionisti/imprenditori che vogliono acquisire logiche, tecniche e strumenti (tecnologici, metodologici e manageriali) sulla Trasformazione Digitale, sull'Experience Management, sul Digital Marketing e sulla Comunicazione con l'obiettivo di avere una visione olistica del Cliente nella sua interazione con i diversi touchpoints del Customer Journey.</p> <p><i>Requisiti di ammissione</i> Laurea triennale, magistrale oppure Laurea specialistica oppure laurea vecchio ordinamento o altro titolo di studio universitario conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente.</p> <p>Sbocchi Professionali Gli studenti avranno un ampio range di possibilità, anche in funzione della propria crescita professionale:</p> <ul style="list-style-type: none">- nelle diverse Aree aziendali quali Digital Transformation Office, Marketing, Product/Brand Management, Comunicazione, Customer Experience Management, Customer Operations- nell'intraprendere un percorso professionale in società di consulenza strategica e direzionale- nell'ampliare/consolidare la propria offerta sul mercato per professionisti e per imprenditori.
Attività e adempimenti	<p>Gli insegnamenti nel loro complesso prevedono:</p> <ul style="list-style-type: none">● videolezioni sulla piattaforma didattica e/o 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 prima procedere con una registrazione dei propri dati anagrafici 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</p>



	<p>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	<p>Il master ha durata annuale pari a 1500 ore di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a 60 CFU (Crediti Formativi Universitari).</p> <p>L'insegnamento viene erogato sia in presenza sia in modalità e-learning sulla piattaforma didattica 24/24 ore e materiale didattico integrativo.</p>
Quote di iscrizione	<p>La quota di iscrizione è di: Modalità Blended: € 3.000,00 (tremila/00)</p> <p>Eventuali informazioni potranno essere richieste:</p> <ul style="list-style-type: none">- all'indirizzo e-mail: master@consorziohumanitas.com e al numero telefonico Tel: +39 3886336549, dal lunedì al venerdì dalle 09:00 alle 14:00 <p>I pagamenti possono essere effettuati secondo le modalità specificate sul sito internet dell'Ateneo, in rate così ripartite:</p> <p>La quota di iscrizione è di € 3.000,00 (tremila/00)</p> <ul style="list-style-type: none">- I rata € 600,00 contestualmente all'iscrizione, da versare all'Università San Raffaele- II rata € 1200,00 entro il 1° mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas- III rata € 1200,00 entro il 2° mese dall'attivazione del master, da versare al Consorzio Universitario Humanitas <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. 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 caso il relativo rimborso sarà effettuato entro 90 giorni dalla comunicazione da parte del discente dell'esercizio del diritto di recesso e sarà trattenuto il 10% del corrispettivo versato a titolo di penale.</p> <p>L'attivazione del master è subordinata al raggiungimento di un numero minimo di:</p> <ul style="list-style-type: none">- Modalità: minimo 20 - a tasso piena e minimo 30 - a tasso in convenzione (scontata)
Scadenze	<p>Il termine ultimo per la raccolta delle iscrizioni è 1 settimana prima dell'avvio del corso.</p> <p>Inizio: Marzo 2023 - Marzo 2024</p>



Roma, 19/12/2022

Il Rettore
(Prof. Vilberto Stocchi)