

MASTER DIGITAL MARKETING SPECIALIST



DigitalSchool
E-CAMPUS UNIVERSITÀ

TRIBOO

DIVENTA UN ESPERTO DI MARKETING DIGITALE

Il master universitario, **organizzato in partnership con Triboo**, ti permette di gestire la digital transformation aziendale e di acquisire gli strumenti fondamentali per l'ideazione e lo sviluppo di molteplici attività di digital marketing, come social media management, SEM, Analytics, AdWords, HTML, WordPress, ottimizzazione SEO, e-commerce, crowdfunding e molto altro.

Il master Digital Marketing Specialist fornisce una visione completa sulla trasformazione digitale delle aziende e sulle nuove frontiere del marketing. Anche attraverso lo studio e l'analisi di diversi tool essenziali all'attività lavorativa tra cui Semrush, SEOZoom, Google Analytics, Google Tag Manager, Facebook Business Manager e di CMS come Wordpress e Magento. È un **percorso formativo completo** per i laureati, un'ottima opportunità per i diplomati e un'occasione di aggiornamento per gli specialisti del settore.



DIDATTICA

LA METODOLOGIA DIDATTICA PREVEDE VARI
SUPPORTI E STEP FORMATIVI:

1. Insegnamenti full-online con materiali sempre disponibili

Lezioni online accessibili in ogni momento e da ogni tipo di dispositivo (computer, tablet e smartphone) grazie a una piattaforma personale intuitiva e di facile utilizzo.

2. Webinar in live streaming

Live webinar teorico-pratici divisi in otto weekend, sabato e domenica per permettere di partecipare a chi lavora. Approfondiscono argomenti specifici con esercitazioni correlate.

3. Workshop in presenza (opzionali, a Milano)

I workshop in presenza – facoltativi – trattano l'uso di tool e la gestione di attività con esperienze concrete e laboratori. Si svolgono il sabato.



4. Tirocinio

Attraverso le competenze apprese durante il percorso didattico e gli strumenti forniti dal corso, lo studente costruirà un piano digitale su un'azienda reale con problematiche attuali in modo da consolidare le skills acquisite in un'ottica professionale.

5. Employability e Tool di pianificazione

Lo studente potrà inoltre disporre anche di app e del supporto di esperti e sessioni di coaching per la propria crescita professionale, CV, visibilità e spendibilità nel mondo del lavoro. Avrà inoltre a disposizione un tool di pianificazione marketing per lo studio e la realizzazione di un reale Digital Marketing Plan

6. Tutor On Line (TOL)

Ogni allievo ha inoltre a disposizione un tutor a distanza, che lo segue dall'inizio fino alla prova finale, aiutandolo nelle attività di esame, lezioni, seminari, tesi.



PROGRAMMA DEL MASTER

FULL-ONLINE O IN PRESENZA CON MATERIALI
SEMPRE DISPONIBILI E LIVE WEBINAR

INSEGNAMENTI:

• SU PIATTAFORMA DI STUDIO ECAMPUS

- Tecniche di marketing Digitale
- Comunicazione 2.0
- Social Media Marketing
- Marketing Digitale Avanzato
- Marketing (Digital Marketing Plan).

• LIVE WEBINAR IN STREAMING

Introduzione al Master

Digital Deep Dive

Da cosa dipende il successo di un'azienda?
In questo modulo si analizzano tutti quegli
elementi che determinano il successo o
anche il fallimento di un brand.

1° WEEKEND

Business Manager & Social Advertising

Come creare una strategia tramite posizionamento e buyer personas, come aprire Facebook Business Manager e gestirlo, creazione di una campagna pubblicitaria dalla A alla Z step by step in condivisione schermo (spiegazione di tutte le tipologie, creazione di target, interessi, analisi dei dati e spunti sulla creatività). L'obiettivo è che a fine giornata tutti siano in grado di creare campagne basic e metterle online in maniera efficace. Durante la giornata ci saranno diverse simulazioni pratiche sia individuali sia di gruppo.

UX/UI - Essere presenti nel web in maniera efficace

UX/UI -Principi di grafica e di photo e video editing

In che modo un'azienda può essere presente sul web? Quali sono le caratteristiche di un'esperienza positiva per l'utente del web? Sono queste le domande a cui si risponderà in questa sezione e si introdurranno concetti chiave della Digital Transformation quali UX/UI e Ergonomia cognitiva.



User Experience, letteralmente l'Esperienza Utente, è l'esperienza, le emozioni e le sensazioni che una persona prova quando naviga nel tuo sito web. La User Experience è un mix complesso che comprende le percezioni personali, le attribuzioni di senso e di valore, gli aspetti emozionali e quelli affettivi che una persona/utente può provare mentre interagisce con il tuo sito internet.

Una parte fondamentale dell'UX è l'User Interface, l'interfaccia dello strumento che permette l'interazione tra uomo e dispositivo. L'ergonomia cognitiva invece, ha come oggetto di studio l'interazione tra il sistema cognitivo umano e gli strumenti per l'elaborazione di informazione. La conoscenza prodotta da questo studio è utilizzata per supportare la progettazione di strumenti appropriati per i più svariati usi, dal lavoro, all'educazione, al divertimento.

Introduzione alla programmazione web: HTML, CSS, WORDPRESS

Saranno approfonditi metodi per la creazione e la gestione di siti Web. Verranno fornite le basi di HTML e di CSS, una conoscenza base del CMS più utilizzato al mondo, Wordpress, e dei suoi Temi e Plugin. Un modulo particolarmente tecnico e pratico, durante il quale sarà possibile mettere mano al codice e iniziare a creare in aula assieme al docente un primo sito Web.

Teamworking : flessibilità e reputazione

Laboratorio di Digital Plan

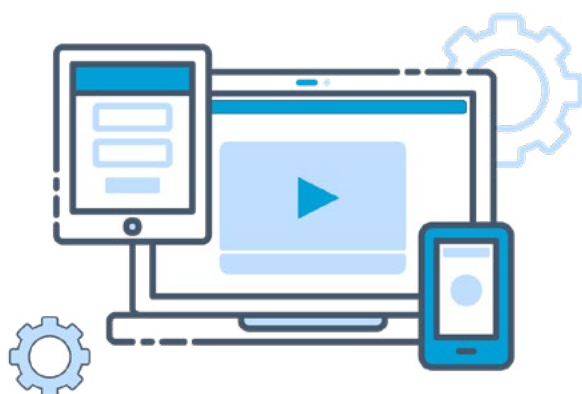
Ideazione di un Digital Marketing Plan: al tradizionale modello di Marketin Plan aggiungere e gestire gli strumenti tecnologici e digitali.

Un Digital Marketing Plan è l'unione tra gli insegnamenti del Marketing Mix, delle Strategie e degli obiettivi del marketing tradizionali con i nuovi modelli di comunicazione, di promozione e di vendita.

Storytelling & Content Strategy;
LinkedIn & Personal Branding; Digital PR;
Influencer Marketing & Community;
Diritto dell'Informazione - GDPR - Privacy e Web

Produrre contenuti visivi efficaci per il web, Storytelling come mindset, ipocontenuti vs ipercontenuti, prodotto crossmediale e transmediale. LinkedIn profilo personale e pagina aziendale; chi è l'influencer, quanto costa, come trovarlo, come ingagiarlo.

Dal giornalista al blogger e l'influencer, dove vivono e di cosa trattano le persone che fanno comunicazione e informazione sul web. GDPR, cos'è, i dati, principi generali, le ragioni della nuova normativa, l'ambito di applicazione.



Impostazione tesi ed elaborato finale

SEO - Teorie di Search Engine Optimization

Teoria: Uso di Google Analytics per la SEO, monitorare le conversioni, impostare le conversioni con GTM. Quali sono i fattori di ottimizzazione onsite di un sito web, da dove si inizia. Quali sono le fasi del posizionamento dei motori di ricerca. Come si fa un'analisi kw, come si fa un'analisi AUDIT, come si fa un'analisi OFF Site (LINK BUILDING), come si fa il monitoring e i report. Come si crea un contenuto testuale SEO (SEO + COPYWRITING). Quali sono i Tool dedicati alla SEO.

Analytics, Google Tag Manager & Google Ads

Il modulo prevede lo studio di Google Ads e delle principali piattaforme alternative a Google Ads. L'overview sarà su tutte le tipologie di campagne di Google Ads: Display, Search, Video, Shopping Ads, Discovery/Gmail.

Si studieranno le funzioni principali di Google Ads e la struttura delle campagne: da come nasce una campagna, la selezione delle keywords negative o positive, scrivere gli annunci e impostare le estensioni, la profilazione delle audiences, etc.

Si farà presente a diversi Case Studies sia per quanto riguarda google Ads che Google Analytics. In particolare su Analytics si vedranno: le visite del nostro sito web, quindi account, proprietà, viste, livelli di accesso, installazione del codice di tracciamento e sua verifica.

Verranno affrontati concetti come: segmentazione, conversione e tracciamento.

E-commerce: Insight & Benchmark

Analizza il contesto per progettare l'eCommerce: Trend, insights e benchmark competitivo. Dalla scelta della piattaforma di vendita (focus sui diversi modelli), alla definizione dei tempi e delle risorse e alla pianificazione delle attività. Capire quali possono essere le criticità e i punti di forza di un eCommerce, facendo esempi concreti di un Piano Commerciale. Vengono analizzati i processi di vendita di eCommerce quali Ebay e Amazon.

Startup & Crowdfunding

Linee guida sulla creazione di una start-up, riepilogo delle leggi e dei vantaggi di avere una start-up innovativa. Tipologie di crowdfunding, come si raccolgono fondi e quali sono le piattaforme più usate. Esercizio di gruppo sulla creazione di una start-up e di una campagna crowdfunding.



• WORKSHOP IN PRESENZA



**SABATO DALLE
9.30 ALLE 18.30**



**PRESSO LA SEDE
ECAMPUS DI MILANO**

- Social Advertising
- Laboratorio di Scrittura Creativa per il Web
- SEO – Search Engine Optimization
- Google ADS & Analytics
- CMS & WordPress
- E-Commerce
- Strumenti per una presenza efficace sul web

**Massimo 20 posti per workshop,
prenotabili online**

• LABORATORIO (OPZIONALE)

Tra le materie di insegnamento è prevista un'attività di tirocinio in cui lo studente lavora ad un progetto pratico. Il tirocinio può essere presso enti ed aziende convenzionate (in presenza o in smart working) su un progetto concordato, oppure interno all'università attraverso un ciclo di seminari e laboratori online in cui gli studenti creavano progetti pratici sotto la guida dei docenti Digital School. È uno step molto utile in quanto lo studente può lavorare, supportato, anche ad una sua idea, azienda, brand sviluppando un progetto reale e concreto.

Alla fine del Master lo studente dovrà realizzare un lavoro di tesi finale dal valore di 2 cfu formativi.

BORSA DI STUDIO TOTALE

Per ogni edizione in partenza selezioniamo **una borsa di studio a copertura totale** del costo del Master per uno studente interessato a svolgere durante l'intero corso **incarichi di tutorship** (gestione operativa dell'aula e monitoraggio sull'andamento delle lezioni). Il candidato ideale è in possesso di ottime capacità organizzative e doti relazionali. Costituirà titolo preferenziale l'aver maturato esperienze nel settore. Per candidarsi alla borsa di studio di tutorship è necessario inviare il proprio CV completo di lettera motivazionale al seguente indirizzo mail: *digital.marketing@uniecampus.it*.

SBOCCHI LAVORATIVI

Al termine del master l'allievo sarà qualificato per lavorare in aziende digital. In particolare il master fornisce un know-how qualificante per i profili di:

- **Chief Digital Officer (CDO)** • **Social Media Manager**
- **Digital Strategist** • **Digital Marketing Specialist**
- **Digital Content Strategist** • **SEO Specialist** • **Google ADS Specialist** • **Ecommerce Manager**

L'INNOVATIVA ED EFFICACE METODOLOGIA DIDATTICA DELLA DIGITAL SCHOOL DI ECAMPUS PREVEDE:

INSEGNAMENTI FULL-ONLINE

con materiali sempre disponibili

INSEGNAMENTI VIA WEBINAR

su argomenti specifici (formula weekend)

WORKSHOP IN PRESENZA

esperienze concrete e laboratori pratici
(opzionali)

TUTORSHIP

supporto allo studio e alla crescita
professionale