

CORSO DI PERFEZIONAMENTO DIGITAL MEDIA MANAGEMENT

07 Aprile 2017 – 14 Luglio 2017

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA,
MANAGEMENT E METODI QUANTITATIVI
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO

www.socialmediamarketing.unimi.it

Sei un neo laureato o un giovane lavoratore?
Hai un background in marketing e comunicazione?
Vuoi sviluppare competenze specifiche nell'ambito
della gestione dei digital media per accreditarti nel
mondo del lavoro?

**Questo corso ti offre alta professionalità, massima
operatività e un attestato di frequenza
dell'Università degli Studi di Milano.**

OBIETTIVO

Il corso si propone di formare delle figure professionali junior specializzate nella progettazione, pianificazione, gestione e controllo di progetti e attività di digital marketing, trasferendo le competenze basilari per sviluppare un piano di comunicazione ed advertising in grado di sfruttare in modo integrato i diversi canali digitali. Per favorire un veloce accesso al mercato del lavoro, il corso è strutturato in laboratori che educano all'uso dei principali software web-based (per il search marketing, il remarketing, il social advertising, la web analytic) al fine di massimizzare un apprendimento esperienziale e fortemente orientato alla pratica.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Questo corso si propone di fornire le competenze necessarie a formare figure professionali capaci di operare nel Web e nei social media in maniera piuttosto trasversale ai settori industriali o di servizio. Tra i profili più ricercati: il *Social Media Manager*, il *Web Project Manager*, il *Web Advertiser*, il *Search Engine Optimizer* e il *Web Analyst*.

PROGRAMMA DEL CORSO

Digital Business Modelling. Obiettivo di questo modulo è costruire il vantaggio competitivo delle imprese in Rete a partire dall'analisi delle risorse e competenze specifiche fino alla definizione del modello di business e alla gestione del cambiamento.

Digital Marketing e Social Media Communication. In questo modulo i partecipanti saranno coinvolti nell'analisi dei diversi canali di comunicazione a loro disposizione nella gestione di un piano di digital e social media marketing e nella costruzione di contenuti che siano coinvolgenti, esperienziali e capaci di stimolare processi di co-produzione e co-distribuzione.

Digital Media Planning: dalla strategia all'azione. In questo modulo lo studente sarà accompagnato nella costruzione di un piano di digital e social media marketing a partire dall'analisi dell'identità specifica e del valore unico di ciascuna impresa definendo un racconto, declinabile sui diversi canali, capace di stimolare l'identificazione, partecipazione e interazione mano-to-many con i suoi stakeholder.

Social Media Management: dal brief alla gestione del progetto. La lezione analizza le fasi che dal brief aziendali conducono all'attivazione delle competenze e del team necessario a gestire tutte le fasi di sviluppo del progetto, il posizionamento del brand e la proposta operativa integrando i diversi media in modo coerente con gli obiettivi proposti.

Community Management e Marketing su Facebook. L'obiettivo di questo modulo è imparare a sfruttare le opportunità di Facebook, costruendo

progetti di contenuto, gestendo al meglio le relazioni online e pianificando attività di advertising per fare tesoro del patrimonio di dati che Facebook mette a disposizione dei brand.

Visual StoryTelling con Instagram e Pinterest. Il modulo si pone l'obiettivo di esplorare i concetti alla base del Visual Storytelling (content pillars, case study d'esempio, key learnings, esercitazioni) e, in particolare, l'uso strategico delle piattaforme social Instagram e Pinterest per raggiungere i propri obiettivi di marketing\business.

Professional Networking Management su LinkedIn. Il modulo esplora LinkedIn come strumento di sviluppo del business aziendale e del personal branding, e insegna a definire una strategia di utilizzo e un piano di lavoro che si articola e sviluppa attraverso tre pilastri: il profilo, la rete e i contenuti.

Posizionamento sponsorizzato: SEM e Google Adwords. Il presente modulo approfondisce il posizionamento sponsorizzato e le principali regole per creare campagne pay per click efficaci con Google Adwords (con riferimento alle keyword, agli annunci, ai costi, alla rete display, al remarketing, e agli indicatori di performance).

Posizionamento organico: SEO Copywriting. Il modulo di SEO Copywriting descrive una serie di pratiche raccomandate (in sé abbastanza semplici ma che richiedono cura e attenzione) sulla creazione di contenuti accurati e originali e sull'uso dei meta-elementi necessari a permettere una efficace indicizzazione da parte di Google.

E-commerce: modelli, processi e strumenti. La vendita online è ormai una grande opportunità per le aziende, con trend di crescita esponenziali. Il modulo illustra i requisiti per una gestione efficace del catalogo online e dei servizi complementari che possono rendere l'e-commerce di una azienda funzionale e competitivo.

Gamification. Il modulo descrive le tecniche di gaming che aumentano il coinvolgimento degli utenti e rendono 'fun' la user experience, approfondisce i vantaggi di una strategia gamificata (engagement, loyalty, incremento revenue), e definisce i principi del games-based-marketing.

Il ruolo strategico della Web Analytics. Il modulo descrive il circolo virtuoso della Web Analytics, come elemento strategico trasversale alle attività di digital marketing, attraverso un processo continuo di definizione, misurazione, analisi, miglioramento e controllo.

Misurare le performance con Google Analytics. Il modulo offre una panoramica conoscitiva di Google Analytics, come strumento integrato che permette di gestire obiettivi, metriche e dimensioni per determinare gli indicatori di performance e valutare il ritorno degli investimenti (ROI).

**COMPILA IL MODULO DI
PRE-ISCRIZIONE SUL SITO**

www.socialmediamarketing.unimi.it

ISCRIZIONE

Le iscrizioni si apriranno da metà febbraio e a metà marzo. Il corso prevede un numero minimo di 13 candidati e un massimo di 25. La selezione dei candidati avverrà solo sulla base del curriculum vitae.

ORGANIZZAZIONE

Sede di svolgimento del corso: Dipartimento di Economia, Management e Metodi Quantitativi, Via Conservatorio n.7, 20122, zona S. Babila, Milano.

Durata del corso: 52 ore (moduli da 4 ore)

Periodo: 7 Aprile 2017 – 14 Luglio 2017

Periodicità: venerdì dalle 14.00 alle 18.00

Costo del corso: 716,00 euro

Aula: da definire

RESPONSABILE DEL CORSO

Andrea Ganzaroli (andrea.ganzaroli@unimi.it)

COORDINATORE DEL CORSO

Ivan De Noni (ivan.denoni@unimi.it)

Ufficio 9, Palazzina Nuova

Via Conservatorio n.7, 20122, Milano

Tel: 02 50321542



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
Dipartimento di Economia, Management
e Metodi Quantitativi

