



Obiettivi formativi

L'obiettivo del Corso di Studio Magistrale in Digital Marketing è quello di formare un profilo professionale con conoscenze manageriali e tecniche adeguate alle nuove esigenze delle aziende che operano in uno spazio non più solo fisico ma digitale.

Gli insegnamenti del Corso di Studio in Digital Marketing sono stati progettati in collaborazione con esperti e aziende secondo un approccio integrato. Infatti, il DEA organizza annualmente il Career Day che prevede colloqui individuali per studenti con aziende di rilievo nazionale e internazionale per stage, tirocini e inserimento in posizioni lavorative.

Gli insegnamenti del Corso includono le *basic soft skills*, le *digital technical skills*, le *core marketing skills*, le *analytical skills* e le *customer insight skills* richieste dalle imprese per decodificare in modo efficace le complesse esigenze dei clienti.



Caratteristiche principali dell'offerta

La professione di Digital Marketing Manager è ritenuta una delle «**most promising job position of the future**».

Articolazione didattica in tre term:

1° TERM: Settembre - Novembre

2° TERM: Gennaio - Febbraio

3° TERM: Aprile - Giugno



Corso di STUDIO MAGISTRALE LM77

DIGITAL MARKETING

Per ulteriori informazioni:

Il Presidente del Corso di Studio:

Prof. Armando Della Porta

✉ armando.dellaporta@unich.it

Segreteria del Corso di Studio:

☎ +39.085.453.78.70

✉ economiaemanagement@unich.it

🌐 www.dea.unich.it

Seguici anche su:

📱 @deaunich.official

Corso di STUDIO MAGISTRALE LM77

DIGITAL MARKETING

Anno accademico 2020/2021



Dipartimento di Economia Aziendale
Department of Management and Business Administration



Corso di Studio in Digital Marketing

Il Corso mira a formare figure dotate di un'adeguata conoscenza delle logiche e degli strumenti sottostanti la pianificazione e l'implementazione di strategie di marketing digitale in imprese ed organizzazioni operanti sia nel privato che nel pubblico.

L'organizzazione del percorso formativo permette ai neolaureati di avere:



Gli strumenti per la comprensione delle strategie di marketing specifiche dell'economia digitale;



Le conoscenze e le tecniche per l'interpretazione dei dati provenienti dalle analisi di settore e dal monitoraggio degli indicatori di performance, dei trend di mercato, degli *insight* derivanti dall'attività digitale;



Le conoscenze per condurre analisi di *sentiment* e *reputation* sui brand, elaborare e condurre campagne di *advertising* online, gestendo e coordinando sia l'aspetto creativo che tecnologico, operativo e di budget, per implementare la strategia di business;



Le competenze tecnologiche, operative, economiche ed aziendali, in grado di pianificare e gestire le attività di vendita tramite strumenti digitali.

1

Primo anno

1° TERM

- ⊙ Digital Marketing Principles - 9 CFU
- ⊙ Digital Business Organization - 9CFU

2° TERM

- ⊙ Data Mining - 9 CFU
- ⊙ Marketing Statistics and Metrics - 9 CFU

3° TERM

- ⊙ Economics of Strategic Competition - 6 CFU
- ⊙ Management of Innovation - 6 CFU
- ⊙ Corso di insegnamento a scelta dello studente - 6 CFU

2

Secondo anno

1° TERM

- ⊙ Business and social media strategies - 9 CFU
- ⊙ Economics of Digital Goods and On-line Markets - 6 CFU
- ⊙ Advanced English - 6 CFU

2° TERM

- ⊙ Digital Law - 6 CFU
- ⊙ Performance Management - 9 CFU

3° TERM

- ⊙ Tirocini formativi - 6 CFU
- ⊙ Corso di insegnamento a scelta dello studente - 6 CFU
- ⊙ Prova finale - 18 CFU

Alcuni insegnamenti saranno erogati in lingua inglese

Elenco esami opzionali

- ⊙ Strategie di internazionalizzazione e Digital Innovation - 6 CFU
- ⊙ Digital Marketing and User Experience - 6 CFU
- ⊙ Data Science and Technology Intelligence - 6 CFU



Sbocchi occupazionali

Il *Digital Marketing Manager* è un esperto di marketing strategico, con specifiche competenze sugli aspetti digitali. Il *Digital Marketing Manager* sovrintende lo sviluppo, la pianificazione e il monitoraggio delle campagne di marketing digitale.

Il *Digital Marketing Manager* è altresì in grado di coordinare e condurre analisi di comportamento del consumatore, analisi di segmentazione del mercato, analisi di posizionamento del prodotto rispetto alla concorrenza, analisi di *sentiment* e di *reputation* del brand aziendale. Interagisce con altre figure coinvolte nell'elaborazione di scenari di mercato di interpretazione di trend emergenti, utili a definire traiettorie di crescita e sviluppo del business aziendale.

Il *Digital Marketing Manager* è una figura spendibile nelle aziende, nelle agenzie di comunicazione e *Web Agency*, come dipendente interno o consulente esterno, ovvero esercitabile quale libera professione (*freelance*). La sua preparazione professionale gli consente altresì di ricoprire ruoli da *Digital Communication Manager*, *Digital Media Planner*, *Digital Strategist* *Social Media Manager*, *Web Marketing Manager*.

