



MARKETING E COMUNICAZIONE DIGITALE

26 Aprile 2021
Acireale (Catania)

MASTER FULL TIME
5 mesi di aula full time
e 6 di stage

01

AUTOREVOLEZZA

IL BRAND LEADER NEL SETTORE
DELLA BUSINESS EDUCATION

Presente da oltre 26 anni, 24ORE Business School è un'eccellenza unica grazie alla solidità della sua **storia** e all'**innovazione** della sua offerta formativa.

02

PERSONALIZZAZIONE

UN'OFFERTA AMPIA,
INNOVATIVA, MODULARE E
DINAMICA

12 Aree Tematiche verticali e
8 linee di prodotto ad elevata
flessibilità:

- IN AULA
- ONLINE
- BLENDED

03

APPROCCIO

UNA FORMAZIONE NATIVA
PER IL BUSINESS

Un'offerta formativa strutturalmente costruita per portare valore nei **momenti chiave** della carriera, dall'inserimento nel mondo del lavoro alla crescita professionale, con docenti italiani e internazionali di estrazione aziendale:

- PROFESSIONISTI
- IMPRENDITORI
- TOP MANAGER D'AZIENDA
- CONSULENTI

04

ENGAGEMENT

UN INVESTIMENTO
A LUNGO TERMINE

Executive Master & EMBA
per un percorso formativo
ricco e personalizzato.
Una comunità di studenti
per coltivare il valore del
networking.

05

PLACEMENT

OLTRE 900
AZIENDE PARTNER

Opportunità professionali
e di stage, project work,
testimonianze aziendali
e borse di studio per una
prossimità unica con
il mondo delle Imprese.



95%

**nostri studenti
confermati
nel mondo del lavoro**

MORE ACHIEVEMENTS

+26 ANNI DI
ESPERIENZA

5500 STUDENTI
L'ANNO

TRA
340 *FULL TIME
PART TIME
E ONLINE*

SEDI
3 *MILANO
ROMA
CATANIA*

1500 DOCENTI



PARTNER



MAIN SPONSOR:

GRUPPO CARONTE & TOURIST



Introduzione

Il Master Marketing e Comunicazione Digitale è un'opportunità unica di **scoprire come il mondo aziendale comunica** e quali sono gli strumenti più efficaci per **raggiungere i diversi tipi di pubblico**, le **strategie di comunicazione** e i **diversi tipi di business** per creare attività di marketing e campagne di comunicazione efficaci. I vantaggi sono evidenti: innanzitutto si acquisiscono concetti interdisciplinari che permettono di mettersi in gioco nel mondo del lavoro, grazie soprattutto ad un importante lavoro di **networking tra studenti, docenti ed aziende**. E' un percorso di formazione lungo e ricco di momenti di crescita che consente di conoscere il mercato e i suoi cambiamenti senza mai perdere di vista la Digital Transformation soprattutto nel mondo dei new media; l'obiettivo del master è pertanto formare futuri

manager in grado di utilizzare con profitto i **principali strumenti digitali**. Gli sbocchi dei master si concretizzano in svariati contesti operativi quali ad esempio dipartimenti marketing di aziende, società di consulenza, agenzie di comunicazione, organizzazioni ed enti sia pubblici che privati.



ANTONIO PIANESE

Head of Business Development
Widespace Italy



Il Master Marketing e Comunicazione Digitale di 24ORE Business School è un esempio da seguire. Sarà un percorso serio e richiederà tempo e dedizione completa. Durante i mesi in aula e fuori, si imparerà a lavorare in squadra, sviluppando capacità di diagnosi, di problem solving, di organizzazione del proprio lavoro e di gestione del tempo e dello stress. Il **mix di competenze tecniche e soft skills saranno determinanti per la crescita professionale e personale**. La Faculty del Master di 24ORE Business School è di elevato standing ed è in grado di **sollecitare e contaminare menti e comportamenti con moduli e casi "state of the art"** e con la passione necessaria per attivare un **cambiamento del mindset**. Nel nuovo mondo esponenziale, un manager preparato e connesso, ha

altre due importantissime funzioni: saper orientare i propri clienti all'interno dei nuovi scenari e delle nuove possibilità di business che si delineano e mantenere una particolare attenzione e sensibilità verso il cliente/persona in termini di trasparenza e utilizzo dei dati sempre più disponibili.



LUIGI MACCALLINI

Responsabile Next Innovation
BNL BNP Paribas

Stiamo vivendo un momento storico senza precedenti. Un momento in cui ogni azienda, piccola, media o grande che sia, se non è presente online è praticamente considerata inesistente. È la rivoluzione del digitale. Oggi le aziende di ogni dimensione, hanno bisogno di creare o rafforzare la propria presenza online e di catturare l'attenzione degli utenti, e per farlo necessitano di professionisti altamente competenti, in grado di guidarle verso questo obiettivo.

Il Digital Marketing è uno dei settori di mercato a più alto tasso di crescita e che offre più possibilità di lavoro, ma è anche un settore che cambia molto velocemente e che richiede competenze innumerevoli.

Il Master Marketing e Comunicazione Digitale è un **incubatore di talenti** che, grazie ad un **network di eccellenza di professionisti**, si riconferma uno dei più autorevoli laboratori di innovazione nel contesto formativo sul Digital Marketing in Italia. L'obiettivo del Master è **formare nuovi professionisti** che siano in grado di capire ed interpretare al meglio i needs del mercato e del business di oggi e di **creare strategie flessibili**, resistenti ai cambiamenti e in grado di generare impatti reali sul business.



FRANCESCO COLICCI

Ads Services Manager
Hootsuite



Il Master in Marketing e Comunicazione Digitale è l'inizio di **un percorso di vita riservato a coloro che ambiscono ad inserirsi nello scenario del Marketing con un'autentica mentalità manageriale**. È un incubatore di talenti che, attraverso il continuo confronto con professionisti di spicco e il costante scambio di idee, permette di raggiungere una conoscenza completa degli strumenti operativi e delle ultime tendenze di questo settore in perenne evoluzione. Il mix di competenze specifiche multidisciplinari e soft skills trasversali, acquisito durante i mesi d'aula, sarà l'elemento fondamentale che permetterà ai candidati di apportare un valore aggiunto significativo alle aziende e alle agenzie che compongono il panorama nazionale ed internazionale del Marketing.

Il Master in Marketing e Comunicazione Digitale della 24ORE Business School, si riconferma **uno dei più autorevoli laboratori di innovazione nel contesto formativo italiano**. Le lezioni frontali e interattive, i Project Work promossi da prestigiose multinazionali e le case history aziendali testimoniate direttamente dai responsabili della loro realizzazione, costituiscono le fondamenta per consolidare **il processo di apprendimento continuo che caratterizza ogni manager del futuro**.



OSVALDO ADINOLFI

Founder & Partner
TUS The Unusual Suspects



MARCO ROCCABIANCA

Founder & Partner
TUS The Unusual Suspects

CARATTERISTICHE DEL MASTER

ELEMENTI DISTINTIVI

- Un percorso in linea con le attuali esigenze del mercato del lavoro, **costantemente aggiornato e sviluppato con le più importanti aziende e agenzie del settore**
- **Network di eccellenza** di aziende partner, costruito in 40 edizioni. Oltre **1300 diplomati inseriti nel mondo del lavoro**
- I docenti sono **professionisti, manager, consulenti** esperti del settore
- Tassi di conferma al termine dello stage del 98%
- Tra le **aziende partner** del Master: Tasca d'Almerita, Sibat Tomarchio, Caronte Tourist, Alce Nero, Amazon, Bristol Myers Squibb, Caffè Borbone, Capgemini, Carrefour, Euler Hermes, GroupM, gtb, Havas, Honda, Hubspot, Indeed, Mercedes Benz, Mindshare, Paypal, Publicis Groupe, Salesforce, TUS, Umana, Wavemaker.
- Preparazione alle **Certificazioni**: Google Ads, Facebook Blueprint, Hubspot, Excel avanzato

- Corso di **Business English** con certificazione EF
- **Laboratorio manageriale** per il rafforzamento delle soft skills e l'**orientamento alla carriera**

OBIETTIVI

Il Master Marketing e Comunicazione Digitale, **costantemente innovato sulla base delle reali esigenze del mercato del lavoro**, fornisce strumenti e competenze innovative per **inserirsi all'interno delle funzioni marketing e comunicazione** di aziende di prodotti o di servizi, agenzie di comunicazione, centri media e società di consulenza.

Il forte interesse dimostrato dal mercato del lavoro **nei confronti dei partecipanti e dei profili in uscita dal Master**, ne conferma concretamente la validità e l'aggiornamento dei contenuti.



OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Al termine del percorso formativo d'aula, le aree prevalenti di inserimento sono:

- **Aziende** all'interno delle funzioni marketing, comunicazione, relazioni esterne, trade marketing, CRM, digital marketing ed eCommerce.
- **Agenzie di comunicazione** per attività di media relations, campagne pubblicitarie, sponsorizzazioni, eventi.
- **Web Agency** come project manager, social media specialist, SEO e SEA/SEM specialist, data analyst, strategic planner.
- **Centri Media** nella pianificazione strategica di campagne pubblicitarie, nell'acquisto di spazi sui media tradizionali e digitali, nella valutazione e misurazione degli effetti delle attività di comunicazione e marketing.
- **Società di consulenza** nell'affiancamento ai clienti nella progettazione, implementazione e gestione di progetti di marketing e comunicazione on e off line.

Tra le aziende che hanno inserito in stage:

Carrefour, PSA Groupe, BMW, McDonald's, Giochi Preziosi, Alpitour, Sisal Group, Fiera Milano, Amplifon, Giocheria, Edelman, AccorHotels Italia, Publicis Media, Wave Design & Communication, Mars, Armando Testa, Candy Group, Autogrill, Wind 3, Continental Italia, Pomellato, Bosch Rexroth, Nike, Morellato, Flixbus, Mylan, Unilever, MotorK, La Rinascente, The Walt Disney Company.

DESTINATARI

Il Master si rivolge a **giovani neolaureati e laureandi** in tutte le discipline.

DOCENTI

La docenza è affidata a **professionisti, manager, imprenditori e consulenti del settore** che, con una collaudata metodologia didattica, garantiscono un apprendimento graduale e completo della materia.

DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **11 mesi, 5 mesi di aula e 6 di stage**, con inizio a **Catania in data 26 aprile 2021**.

Per garantire il pieno rispetto del distanziamento sociale potrebbe essere necessario dividere i partecipanti in gruppi che si alterneranno nella fruizione della lezione in presenza oppure in Live Streaming.

Il Master è frequentabile anche interamente in modalità live streaming, con interazione real time con i docenti.

METODOLOGIA DIDATTICA, AULA VIRTUALE E FORMAZIONE ONLINE

Approccio "learning by doing" che affianca alle sessioni d'aula, simulazioni, role play, project work, esercitazioni e che consente di applicare immediatamente quanto appreso in un costante confronto con gli altri studenti e con i docenti.

I partecipanti avranno accesso alla **piattaforma eLearning** di 24ORE Business School, e potranno consultare:

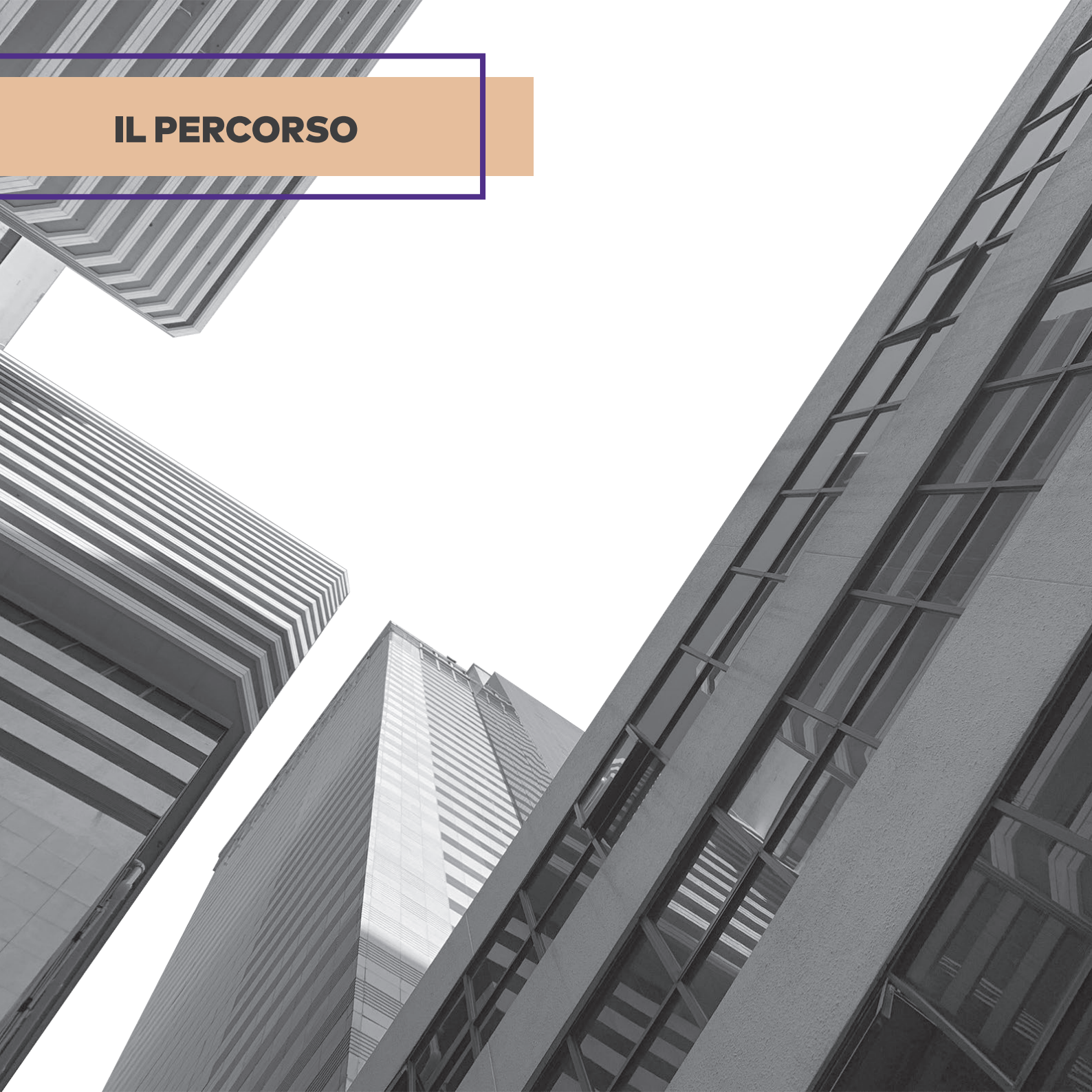
- **materiali didattici e dispense** strutturate ad hoc
- **corsi online**
- **chat e forum** con i colleghi di master e i docenti
- **questionari di valutazione**

OTTENIMENTO DEL DIPLOMA E STAGE

Conseguimento del diploma di fine Master al superamento di:

- **verifiche periodiche**
- **6 mesi di stage** previsti al termine delle lezioni in aula

IL PERCORSO





MODULI PROPEDEUTICI

- Fondamenti di economia aziendale
- Il sistema azienda
- Digital transformation: impatto del digitale sulla struttura aziendale e sui modelli di business

1° MODULO

DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

2° MODULO

SALES MANAGEMENT E POLITICHE
DISTRIBUTIVE

3° MODULO

CRM E MARKETING AUTOMATION

4° MODULO

ECOMMERCE E CUSTOMER
EXPERIENCE

5° MODULO

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE
E ADVERTISING

6° MODULO

DIGITAL STRATEGY E DATA DRIVEN
MARKETING

7° MODULO

BRAND REPUTATION E
MISURAZIONE DEI RISULTATI DI
PERFORMANCE ONLINE

IL PROGRAMMA

MODULI PROPEDEUTICI

FONDAMENTI DI ECONOMIA AZIENDALE

- Elementi di contabilità e bilancio
- Strumenti di programmazione e controllo
- Il budget
- Analisi e pianificazione strategica

IL SISTEMA AZIENDA

- Organizzazione aziendale e sviluppo delle dimensioni organizzative
- Smart, agile, collaborative: nuovi modelli di sviluppo aziendale
- L'evoluzione delle figure professionali di marketing e comunicazione

DIGITAL TRANSFORMATION: IMPATTO DEL DIGITALE SULLA STRUTTURA AZIENDALE E SUI MODELLI DI BUSINESS

- Digital transformation: semplificare e innovare i processi aziendali
- Verso la social enterprise: facilitare l'integrazione e lo scambio di idee
- Nuove frontiere di business: opportunità della "on demand economy"







1° modulo

DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

EVOLUZIONE DEL MARKETING TRA STRUMENTI TRADIZIONALI E DIGITALI

- Obiettivi, strumenti e modelli di marketing
- L'impatto dei modelli di marketing sulle strategie aziendali
- Innovazione tecnologica e prospettive dei nuovi media
- I media digitali: diffusione, fruizione e tendenze in atto
- Caratteristiche strategiche dei principali social media

IL CONSUMATORE OMNISCANALE

- I nuovi comportamenti d'acquisto: il consumatore digitale e la nuova customer journey
- I nuovi strumenti per ascoltare e monitorare il consumatore
- Dalla multicanalità all'omniscanaltà: capire il funnel d'acquisto

IL PIANO DI MARKETING

- Obiettivi, struttura e contenuti: comunicazione, vendita, distribuzione
- Il mercato target primario e secondario
- La definizione delle risorse: il budget

L'ANALISI DEL SETTORE E DELLA CONCORRENZA

- L'analisi della domanda
- Definizione, analisi e classificazione dei competitor
- Le dinamiche settoriali e le forze competitive

RICERCHE DI MERCATO

- Obiettivi, ruoli, metodi delle ricerche di mercato
- Le ricerche qualitative e quantitative
- Le ricerche per la misurazione della customer satisfaction

LA SEGMENTAZIONE DI MERCATO

- La segmentazione strategica e operativa del mercato
- La scelta del target
- La cross swot analysis

LA PIANIFICAZIONE DEL MARKETING MIX

- Gli obiettivi e le variabili del marketing mix: le 4P
- Le principali decisioni relative a: prezzo, distribuzione, comunicazione e sviluppo dell'offerta di prodotto
- Il pricing: il ruolo del prezzo nel marketing mix
- Strategie di pricing

IL MARKETING INTERNAZIONALE

- Le opportunità di entrata sui mercati esteri
- L'organizzazione dell'impresa multinazionale
- La programmazione internazionale e le strategie globali

IL MARKETING DEI SERVIZI

- Caratteristiche distintive del marketing dei servizi rispetto al marketing di prodotto
- Targeting dei servizi
- Strumenti di marketing per la promozione dei servizi

LANCIO E PROMOZIONE DI NUOVI PRODOTTI E SERVIZI

- Il processo di sviluppo di un nuovo prodotto
- Il product development e il product positioning
- I servizi e i fattori di differenziazione competitiva
- La coerenza di immagine tra impresa e prodotto: brand value, naming, packaging

2° modulo

SALES MANAGEMENT E POLITICHE DISTRIBUTIVE

L'EVOLUZIONE DEL TRADE MARKETING MIX

- Distribuzione
- Promozione
- Dal Prodotto alla categoria come Unità di Business Strategica
- Le politiche di vendita e i processi negoziali

LE SCELTE DISTRIBUTIVE

- Concetto e tipologia di canale
- Analisi del sistema distributivo
- Le analisi per il channel management

CONSUMER RETAIL MANAGEMENT

- Logiche e caratterizzazioni dei format del retail moderno
- Visual merchandising e visual communication
- Gli strumenti di monitoraggio nel retail
- La relazione con il cliente

L'ARTIFICIAL INTELLIGENCE E IL FUNNEL DI MARKETING

- L'Artificial Intelligence for Marketing & Sales
- Nuove applicazioni dell'AI
- Il venditore virtuale dedicato ai Clienti
- Il venditore virtuale dedicato al Trade
- L'impatto dell'AI sull'intero Funnel di Marketing: dall'awareness alla conversion fino alla protection
- AI nell'ottimizzazione del CRO
- AI nel CRM



3° modulo

CRM E MARKETING AUTOMATION

IL CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

- La strategia di Customer Relationship Management (CRM): l'importanza di impostare un approccio basato sul cliente
- L'evoluzione nella modalità di approccio al mercato
- La profilazione dei clienti
- Social CRM
- Principali tools di analisi e profilazione

MARKETING AUTOMATION

- Il mercato della Marketing Automation: prospettive, opportunità e rischi
- Inbound Marketing
- Fondamenti della metodologia di Inbound Marketing per lo sviluppo di campagne di lead generation.
- Capire e abbracciare il cambio di paradigma da Funnel a Flywheel per accelerare il business della propria azienda
- Segmentare il proprio pubblico: verticali, buyer personas e key messages
- Creare campagne di inbound marketing, dalla generazione dei contenuti al lead nurturing

- Ideare e sviluppare una corretta strategia dei contenuti: segmentazione del messaggio, costruzione delle landing page, le call to action, la misurazione del dato di conversione
- Il monitoraggio dei dati: tecniche di dashboarding
- Inbound Sales
- Fondamenti di marketing e sales automation
- Sales enablement: sviluppare una strategia di vendita marketingdriven. Utilizzo delle tecniche di SMarketing per allineare il marketing alle vendite e accelerare il proprio business
- Frictionless Sales: utilizzare il framework di vendita per rimuovere l'attrito dato dalle attività ripetitive in modo che il sales team possa dedicare più tempo alla vendita
- Multichannel Strategy: integrare i dati delle vendite dai diversi canali (venditori, eCommerce, negozi a marchio) per costruire una Single Customer View in grado di aumentare la fidelizzazione del cliente

- Sales Augmentation: Potenziare la propria rete vendita con strumenti "mobile" in grado di automatizzare i processi e semplificare la gestione delle opportunità di vendita
- Appeconomy: modelli di distribuzione abilitati dalle app mobile

ESERCITAZIONE

Identificazione dei punti di contatto tra marca e cliente e disegno di un customer journey

HubSpot
EDUCATION PARTNER
PROGRAM

HUBSPOT CERTIFICATION

Laboratorio di preparazione alle certificazioni Hubspot

4° modulo

ECOMMERCE E CUSTOMER EXPERIENCE

ECOMMERCE COME LEVA PER LA CRESCITA DEL BUSINESS

- Pianificazione e strategia di un eCommerce
- L'impatto dell'eCommerce sui processi di export e vendita all'estero
- Casi di successo in Italia e all'Estero

L'IMPATTO DEL WEB E DEL DIGITALE SULLE STRATEGIE DI VENDITA: E-BUSINESS E ECOMMERCE

- L'eCommerce: dati e situazione attuale in Italia e nel mondo
- Gli aspetti determinanti per fare business online
- I modelli di business online

CREARE IL PROCESSO DI VENDITA ONLINE - PROGETTARE L'ACQUISTO E REALIZZARE UN SITO DI ECOMMERCE

- L'innovazione digitale dei modelli di vendita
- Vendere online: Marketplace, Pure player, e-Retail

SOCIAL COMMERCE ED ENGAGEMENT DEL CLIENTE

- Web Design e Usabilità
- Promuovere un sito di eCommerce
- Ottenere il massimo rendimento dai motori di ricerca
- Customer Service e Social Customer Service
- E-Price e Ticketing: listini, sconti e promozioni
- Logistica: la gestione degli ordini e del magazzino
- Gestire con sicurezza uno Shop online
- Usability e User Experience

LA DIGITAL CUSTOMER EXPERIENCE

- Digital Customer Experience e impatto sul modello di business: l'integrazione di marketing, IT, eCommerce, vendite e servizio clienti
- Dall'idea al progetto di Digital Customer Experience: definire gli strumenti e i metodi
- Vantaggi e KPI della Digital Customer Experience

5° modulo

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE E ADVERTISING

LA COMUNICAZIONE COME ELEMENTO STRATEGICO D'IMPRESA

- La comunicazione come leva di marketing
- La definizione del piano di comunicazione e la condivisione con le altre funzioni aziendali
- Comunicazione corporate e comunicazione di prodotto
- La comunicazione digitale e il suo impatto sulla reputazione aziendale

IL BRAND MANAGEMENT

- Branding: rapporto tra marca e consumatore
- Come posizionare, comunicare e rafforzare il brand aziendale
- Strategie di sviluppo del brand
- Branded entertainment

ADVERTISING E MEDIA PLANNING

- Il percorso per definire la strategia on e off line

- Il ruolo dei centri media
- Media planning tradizionale e digitale
- Gli step della pianificazione media e la misurazione dei risultati

IL RUOLO DELLE MEDIA RELATIONS E DEGLI EVENTI NELLA PROMOZIONE DI BRAND E PRODOTTI

- La funzione delle relazioni esterne e l'ufficio stampa
- Gli strumenti dell'ufficio stampa: dalla tradizione all'innovazione
- Le diverse tipologie di evento come strumento di marketing: istituzionali e di prodotto
- Gli eventi digitali: il ruolo di internet e dei social media nelle dinamiche di aggregazione

LE PR DIGITALI: DALLE PUBLIC RELATIONS ALLA "PEOPLE RELATIONS"

- L'evoluzione delle media relations e l'effetto "virale": sviluppare e diffondere il passaparola
- L'interattività multimediale con i nuovi target
- Come "ingaggiare" gli influencer e trasformarli in ambasciatori del brand

6° modulo

DIGITAL STRATEGY E DATA DRIVEN MARKETING

DIGITAL MEDIA STRATEGY

- Pianificazione di una strategia digital: determinazione degli obiettivi e scelte tecnologiche
- Display, email, canali social, landing page, blog e forum
- Video + mobile + social: gli ultimi trend

BIG DATA A SUPPORTO DELLE STRATEGIE DI MARKETING

- Introduzione alla big data analytics
- Metodi di data mining, analisi delle corrispondenze, analisi fattoriale, cluster analysis
- Logica dei metodi e lettura degli output
- Raccolta e organizzazione dei dati
- Le fonti di big data: i social media e le applicazioni mobile

LABORATORIO DI METODOLOGIE PER LE ANALISI QUANTITATIVE

- La sfida dei big data: misurare la realtà per migliorare le decisioni
- Analisi statistiche descrittive su big data usando il foglio Excel

ESERCITAZIONE

USER EXPERIENCE E USER INTERACTION

- Importanza di UX/UI e design, progettazione, e correlazione con l'esperienza complessiva
- Correlazione con risultati business e importanza economica
- Interazione uomo, macchina e usabilità: user centered design e user experience
- UX e figure professionali: un team multidisciplinare
- Il ciclo di vita del progetto
- Fondamenti di interaction e visual design
- Principi di Responsive web design

LABORATORIO DI GOOGLE ADS

- Le basi di Google Ads: come impostare una campagna
- Pianificazione campagne annunci testuali
- Misurazione dei risultati e reportistica
- Pianificazione campagne display, video, shopping con Google Ads
- Strategie di ottimizzazione ROI e profitto delle campagne

ESERCITAZIONE

VIDEO STRATEGY E PUBBLICITÀ INTERATTIVA

- Dalla pubblicità tradizionale alla pubblicità digitale e interattiva
- Come cambia la creatività sul web: targettizzare la comunicazione e adattarla ai formati
- Analisi dei principali formati di video adv
- Programmatic advertising
- Social media advertising



MOBILE ADVERTISING

- Smartphone, tablet e e-reader: tre device e target molto diversi
- I sistemi operativi, store e modelli di revenue
- Gli obiettivi di marketing e comunicazione raggiungibili attraverso operazioni sul mobile
- I plus specifici del mobile: servizi, just in time e geolocalizzazione
- Alcune apps mobile vincenti nei diversi settori: news, produttività, multimedia, gaming
- Mobile engagement e gamification

SOCIAL ENGAGEMENT

I partecipanti conosceranno i principali canali social ed analizzeranno i plus e minus di una pianificazione media attraverso questi canali, e soprattutto l'approccio strategico che bisogna avere.

LABORATORIO SEO E SEM

- Ottimizzazione della visibilità sui motori di ricerca
- Panoramica dei canali di acquisizione del traffico via web
- Progettazione e pianificazione dell'indicizzazione naturale
- SEO Onsite e Offsite: aspetti tecnici, meta tag, produzione contenuti, link popularity, link building
- Panoramica degli strumenti per l'analisi dei risultati
- Monitoraggio delle attività SEO ed ottimizzazione continua

SEM

- Il processo di ricerca in un'ottica di search engine marketing
- Keyword advertising: i principi di base
- Il contextual advertising
- Come definire il successo di una campagna sui motori di ricerca

7° modulo

BRAND CONTENT MARKETING LAB

DALLA BRAND PRESENCE ALLA BRAND REPUTATION

- La digital reputation di un brand: ascolto attivo nello scenario digitale
- Dall'ascolto all'azione: l'impostazione di una strategia digitale
- Verso la social business transformation

WEB ANALYTICS

- Strumenti e strategie di tracciabilità per aumentare il ROI
- Overview dei diversi strumenti di misurazione e analisi del traffico sul sito
- Conoscere i microtrend di mercato e dell'azienda, in termini di: traffico, conversation, rate e bounce rate
- Social analytics e strumenti di social media monitoring
- Il budget della comunicazione digitale

GROWTH HACKING MARKETING

- La crescita dei business online: i principali fattori
- Le leve della crescita
- Modelli di growth hacking
- Product market fit
- Diventare virale
- Retention e ottimizzazione
- Programmazione di attività a medio e lungo termine

LABORATORI

GOOGLE ADS SEARCH CERTIFICATION

Lo scopo è quello di preparare al superamento dell'esame per ottenere la qualifica di certificazione di Google Ads. L'obiettivo di questa certificazione, è quella di garantire alle aziende, figure professionali che siano in grado di gestire proficuamente campagne pubblicitarie attraverso l'utilizzo degli strumenti di Google Ads.

FACEBOOK BLUEPRINT CERTIFICATION

La certificazione Blueprint attesta le competenze di livello avanzato relative al gruppo di prodotti e servizi di Facebook.

Obiettivo del laboratorio è di ottenere le qualifiche per distinguersi nel mondo del marketing digitale diventando un professionista certificato da Facebook.

In collaborazione con



HUBSPOT CERTIFICATION

I partecipanti avranno la possibilità di approfondire tutte le nozioni dell'inbound marketing e di conoscere la metodologia Hubspot e le più importanti certificazioni:

■ **Certificazione Inbound** - Permette di scoprire gli aspetti fondamentali della metodologia Inbound, comprendere al meglio il passaggio dal concetto di Funnel a quello di Flywheel, impostare al meglio gli aspetti Marketing, Sales e Service in modo da costruire un business orientato alla crescita

■ **HubSpot Sales Software** - consente di implementare un processo di Inbound Sales, utilizzando HubSpot CRM ed il modulo Sales Hub

■ **Certificazione Inbound Marketing** - trasmette le migliori tecniche di creazione di contenuti di valore, promozione sui social e conversione di contatti in Lead e "lead nurturing" attraverso l'utilizzo di workflow e marketing automation

In collaborazione con



GENERAL & BUSINESS ENGLISH CON CERTIFICAZIONE EF

Il Master include un corso di Business English organizzato in collaborazione con EF. **EF Education First** è la scuola digitale innovativa e sempre a portata di mano per apprendere il Business English e consolidare la propria formazione professionale. Il corso include:

General English: fino a 2000 ore di studio disponibili, contenuti interattivi e video, esercizi di comprensione orale, lezioni di scrittura con feedback 1-to-1 da docent madrelingua

Business English: approfondimenti di studio verticali per specifici contesti di lavoro: Presentation Skills, Social Skills, Negotiation, Telephoning

Marketing Industry – specific English: approfondimenti di studio per il settore Marketing & Comunicazione e i suoi sbocchi professionali

Check point in presenza: lezione in aula ogni 2 settimane con un docente EF, per un confronto live rispetto al percorso di studio

PROJECT WORK IN COLLABORAZIONE CON LE AZIENDE

Un'importante opportunità formativa e di placement, un modo per i partecipanti di mostrare il proprio talento già nella fase d'aula e confrontandosi con i manager di importanti realtà aziendali

L'incontro fra aziende e partecipanti si sviluppa in tre momenti principali:

- **Briefing iniziale** con i dirigenti aziendali
- **Sviluppo del progetto:** i partecipanti, divisi in gruppi, impostano il lavoro con la supervisione di un esperto di 24ORE Business School
- **Presentazione finale:** i gruppi presentano il lavoro svolto di fronte ai professionisti dell'azienda promotrice e agli esperti di 24ORE Business School

MICROSOFT EXCEL LAB

Microsoft Excel è oggi uno dei programmi più richiesti e utilizzati nelle diverse realtà professionali, grazie alle innumerevoli funzionalità che è in grado di offrire, soprattutto nell'analisi di dati complessi. Il corso ha una durata di circa 40 ore e la strategia didattica utilizza collaudate schede operative e specifiche esercitazioni garantendo l'acquisizione di una logica indispensabile alla gestione e ricerca di soluzioni nelle attività lavorative.

PROGRAMMATIC ADVERTISING

Il laboratorio attraverso l'utilizzo di una piattaforma di simulazione trasferisce le competenze tecniche di Programmatic Buying e Programmatic Selling. Si simulerà il mondo della compravendita automatizzata di pubblicità online mediante l'utilizzo di piattaforme in cloud.

In collaborazione con



LABORATORIO MANAGERIALE

Accanto allo sviluppo delle competenze tecniche, il percorso formativo prevede numerose giornate finalizzate all'acquisizione delle competenze relazionali e manageriali oggi fondamentali per crescere professionalmente all'interno delle aziende:

- **Public speaking**
- **Leadership e personal branding**
- **Team building e team working**
- **L'assessment e il colloquio di selezione**
- **Problem solving**

LO STAGE

ORIENTAMENTO E PREPARAZIONE AL COLLOQUIO DI SELEZIONE

Nel corso dei mesi d'aula e attraverso colloqui individuali con lo staff, ciascun partecipante viene accompagnato e guidato nell'**individuazione delle proprie capacità e opportunità** di carriera.

L'attività di orientamento serve a supportare i partecipanti nell'affrontare al meglio i colloqui di placement.

A tal fine sono previsti specifici momenti di **simulazione di colloqui di lavoro** coordinati dai docenti della scuola.

TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master in quanto permette di passare alla complessità del mondo del lavoro con solidi strumenti professionali.

Rappresenta quindi non solo un'importante opportunità di continuare la propria formazione con una significativa esperienza di training-on-the-job, ma anche **un accesso privilegiato al mondo del lavoro** grazie all'importante network di contatti di primario livello di 24ORE Business School.

Lo stage si conclude con una relazione tecnica sul lavoro svolto presentata dal partecipante nella **Cerimonia di Consegna dei Diplomi**.





DOCENTI



DOCENTI E TESTIMONIAL

COORDINATORI SCIENTIFICI

Oswaldo Adinolfi

Founder & Partner
TUS The Unusual Suspects

Francesco Colicci

Head of Ads Services
Hootsuite

Luigi Maccallini

Responsabile Next Innovation
BNL BNP Paribas

Antonio Pianese

Head of Business Development
Azerion ITA

Marco Roccabianca

Founder & Partner
TUS The Unusual Suspects

Lorenzo Brufani

Founder & CEO
Competence Communication

Emanuele Caronia

Cofounder and CEO
Exelab

Salvatore Cascone

Business Development Specialist
Hiskill

Alessandro Cavallo

Managing Partner
F2 Innovation

Roberto Ceschina

Founder di
Innovation Group

Alessandro Chiarmasso

Head of PR Italy
Amazon

Daniele Chieffi

Direttore Comunicazione e PR
Presidenza del Consiglio

Fabrizio Costantini

Head of Digital marketing & eCommerce
Fastweb

Renato Cursano

Brand Manager
Porsche

Raffaele D'Amato

Senior Manager
BMC - Oltre la consulenza

Luca De Berardinis

Consulente SEO

Massimiliano De Blasi

CRM Manager
Nissan

Luigi Di Costanzo

Programmatic Manager
Azerion ITA

Salvatore Di Domenico

Digital Marketing Manager
Valentino

Ignazio Di Lauro

Sportsbook Director
Sisal Group

Biagio Di Leo

Marketing & Advertising Consultant

Chiara Di Loreto

Business Director
GTB

Luca Di Persio

CMO
Baglioni Hotels & Resorts

Alessandro Donzelli

Group Digital Marketing & Research
Warner Bros Entertainment

Massimo Fattori

Account Executive
Salesforce

Ivo Ferrario

Direttore Comunicazione e relazioni
esterne
Centromarca

Maria Vittoria Florio

Partner e Direttore Generale
Tribe Research

Raffaele Forlini

Amministratore Unico
BMC - Oltre la consulenza

Riccardo Guggiola

Ad Tech, Digital Media and Data
Management

Laura Gulotta

Learning & Development Specialist – HR
Department
Birra Peroni

Fabio Lalli

Ceo
IQUIL

Guido Lucarelli

Founder e CEO
B2X

Alberto Maestri

Chief Content Officer
Openknowledge

Sandro Magnetta

Sales Manager Italy
Qatar Airways

Lidio Marinelli

Ecommerce Retail Environment Manager
Colgate Palmolive

Marzio Mazzara

Direttore Vendite
Rai Pubblicità

Edoardo Mogiani

Media Planner
Mindshare

Cinzia Molteni

Head of Shopper Marketing Italia
igiene orale
Colgate Palmolive

Adib Mouchanan

Responsabile Partner
HubSpot Italia

Francesco Pirri

Digital Lead
Zenith

Antonella Pirro Ruggero

Partner
Focus Management

Mario Petitto

Progammatic Platform
Widespace

Giulio Ranucci

Marketing, Advertising & Communication
Aeroporti di Roma

Lanfranco Sbardella

Group Account Director
GTB

Antonello Sessa

Head of Sales Italy
Outbrain

Paola Sinagra

Precision Adv Manager
L'Oreal

Adolfo Speranza

National Account Manager
Morando SpA

Luigi Strazzullo

Digital Strategist

Salvatore Troise

Head of eCommerce
Colgate-Palmolive

Urbano Urbani

Docente di informatica

Andrea Verdolotti

Marketing Manager Vans
Mercedes Benz Italia



LE TESTIMONIANZE DI CHI HA FREQUENTATO IL MASTER

Arriva un momento durante il percorso formativo in cui leggere libri su una disciplina non ti basta più e capisci di voler mettere in pratica tutta quella teoria che fino a quel momento hai studiato. Ho scelto di iniziare il Master della 24ORE Business School con la voglia di scoprire cos'è il marketing dalla prospettiva di chi nel marketing ci lavora da anni, ma soprattutto con la voglia di mettere in pratica tutti quegli insegnamenti con esercitazioni, casi pratici e, soprattutto, con lo stage. Dopo i 6 mesi in aula ho avuto la sensazione di esser cresciuto, sviluppando un mindset che mi ha permesso di raggiungere il mio primo obiettivo: iniziare un percorso lavorativo nel Digital Marketing di una multinazionale. Un consiglio per chi inizierà? Sfruttate ogni singolo giorno del master per apprendere qualcosa di nuovo dai professionisti, siate curiosi, lasciatevi ispirare e non accontentatevi mai!"

LEONARDO BELLIZZI

Digital Marketing Intern
Euler Hermes Italia
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2019-2020



Dopo la Laurea in mediazione linguistica e culturale, sentivo il bisogno di assumere competenze pratiche e spendibili nel mondo del lavoro; decisi, pertanto, di iscrivermi al master della 24 ORE Business School spinto da una forte passione per il marketing.

Le lezioni con i professionisti del settore e le numerose company visit mi hanno dato coscienza delle mie reali potenzialità e di quello che poteva essere il mio percorso professionale. Inoltre stando a contatto con figure di livello in diversi ambiti, mi si sono presentate numerose opportunità lavorative, una delle quali mi ha portato ad oggi a lavorare in una azienda multinazionale leader nel settore del Tabacco".

LUIGI SORRENTINO

Field Representative
Philip Morris Italy
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2019-2020



Dopo aver conseguito la Laurea Triennale in Scienze e Tecniche Psicologiche e la Laurea Magistrale in Psicologia della Comunicazione e del Marketing ho sentito la necessità di completare il mio percorso approfondendo le tematiche legate al marketing. Ho deciso quindi di scegliere il Master in Marketing, Comunicazione e Digital Strategy della 24ORE Business School, dove ho trovato decine di professionisti qualificati che hanno portato in aula il loro know how con un approccio allo stesso tempo umano e professionale.

Il rapporto che ho instaurato con i colleghi è un altro valore aggiunto del percorso, poiché non accade di rado di incontrarli di nuovo nel mondo del lavoro. Il tutto si è verificato in un contesto dove il continuo rimando alla pratica è stato palese fin dai primi momenti. Il project work è stato poi la ciliegina sulla torta, poiché mi ha permesso di fare team building con i miei colleghi, testando le mie abilità nel concreto.

Questi sei mesi sono stati in grado di traghettarmi gradualmente (ma in maniera sempre sfidante) verso il mondo del lavoro, e attualmente traggio un costante giovamento dalla forma mentis acquisita frequentando il master.

Il percorso è sicuramente una risorsa molto valida e consigliatissima per tutti coloro che hanno voglia di mettersi in gioco facendo della proattività il loro mantra. Infine, mi sento in dovere di ringraziare i colleghi, i docenti e le responsabili del master che hanno contribuito a renderlo un'esperienza foriera di una reale accelerata alla mia vita professionale.

CARMINE CAVAGNUOLO

Retail Marketing Intern
Colgate-Palmolive
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2019-2020



Quale migliore strada di un Master Full Time alla 24ORE Business School?

Tra i vari Master proposti la mia scelta è ricaduta sul Master in Marketing, Comunicazione e Digital Strategy un po' per la mia attitudine e curiosità alle materie trattate, un po' per i feedback positivi che negli anni questo percorso è riuscito a portarsi a casa.

Senza neanche rendermene conto ero in aula con i miei compagni di viaggio, che sarebbero diventati poi grandi amici, ad iniziare questa nuova esperienza.

Sin dal primo giorno ci si rende conto di aver fatto la scelta giusta.

Il clima in aula è molto dinamico; il mix di background presenti, infatti, ha contribuito a rendere questo percorso davvero completo grazie a scambi di consigli, opinioni ed approcci differenti alla materia. I docenti non sono solo professionisti, sono persone affascinate ed appassionate alla materia che riescono a trasmettere il loro sapere e la loro conoscenza grazie a lezioni in aula sempre affiancate ad esercitazioni individuali e/o di gruppo che portano inevitabilmente a mettersi in gioco già dal primo giorno.

Un percorso impegnativo che costa fatica e rigore ma che, una volta raggiunto il traguardo ti lascia le competenze e l'ambizione di diventare un professionista, e probabilmente, senza saperlo, già lo sei.

SARA GALLO

Social Media Trafficker
Mondadori
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2019-2020



Se dovessi descrivere questo Master con una parola, per me sarebbe indubbiamente "crescita". Crescita personale e professionale, che deriva da un costante incontro e confronto con professionisti e colleghi provenienti da esperienze totalmente diverse. Avere l'opportunità di apprendere ogni giorno conoscenze teorico-pratiche di un contesto lavorativo in continua evoluzione, imparare a pensare "out of the box" come vi diranno spesso, lavorare assiduamente per raggiungere i propri obiettivi, non fermarsi davanti agli ostacoli ma trovare sempre una soluzione: sono questi gli insegnamenti migliori che il Master mi ha saputo dare. Il futuro è forse l'incertezza più grande che tutti noi giovani neolaureati abbiamo. Beh, ad un anno dalla fine di questo percorso, dopo un'esperienza di stage di 6 mesi in una delle più grandi multinazionali del settore telco e un successivo contratto a tempo indeterminato, posso dire di avere una risposta: il mio futuro è adesso. Ringrazio la 24ORE Business School per avermi dato l'opportunità di scoprirlo.

MAURO LAVAGNA

Jr. Marketing Project Manager
Vodafone Italia
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2018-2019



Quando ho deciso di iscrivermi a questo master ero consapevole di stare per intraprendere un nuovo e sfidante percorso che mi avrebbe permesso di migliorare e diventare ancora più completa, ma mai avrei pensato di poterlo arrivare a definire una delle migliori esperienze mai fatte! Per me il master non è stato solo lezioni d'aula con docenti e professionisti preparati e competenti, ma una vera e propria palestra di vita, dove ho avuto la possibilità di confrontarmi e interfacciarmi con tantissime persone e crescere personalmente e professionalmente ogni giorno di più. Ogni lezione ed ogni nuovo progetto mi hanno permesso di arricchire le mie conoscenze, dandomi gli strumenti necessari per riuscire a pensare in modo diverso e creativo e affrontare le sfide di tutti i giorni. Grazie al master ho avuto la fortuna di incontrare persone meravigliose, la possibilità di costruire un network di conoscenze impareggiabile e soprattutto la possibilità di entrare a far parte del mondo del lavoro: infatti è proprio dopo la conclusione delle lezioni che ho iniziato a lavorare in un'agenzia di pubbliche relazioni e comunicazione. Di lì a breve è poi arrivata l'irripetibile opportunità di iniziare uno stage all'interno del team di Comunicazione Interna in una delle più grandi e importanti realtà del settore Food & Beverage, Coca-Cola HBC Italia. Per tutte queste motivazioni e molte altre ancora, quando mi chiedono se consigliare o meno questa esperienza la mia risposta è: "Assolutamente sì!".

ALICE SPATARO

Internal Communication Intern
Coca-Cola HBC Italia
Master Marketing,
Comunicazione e Digital
Strategy 2018-2019



MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI PAGAMENTO

SEDE DEL MASTER

24ORE BUSINESS SCHOOL
Free Mind Foundry
Via Sciafani 40/B, Acireale
iscrizioni@24orebs.com
24orebs.com

DURATA E ORARIO DELLE LEZIONI

Il Master ha una durata complessiva di **11 mesi (5 di aula e 6 di stage)** con inizio in data **26 aprile 2021**.

Orari delle lezioni:

 da lunedì a giovedì dalle 9.15 alle 17.15

Nel corso della giornata sono previsti tre intervalli

FRUIZIONE

In caso di necessità, il Master inizierà in modalità Live Streaming, con possibilità di interazione real time con i docenti.

COORDINAMENTO DIDATTICO

Federica Bitti
Tel. +39 (06) 3022.6406
Cel: +39 3407952084
federica.bitti@24orebs.com

CANDIDATI

Giovani laureati e laureandi tutte le discipline.

MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a **numero chiuso** e prevede un **processo di selezione** finalizzato a valutare le **competenze tecniche** acquisite durante gli studi, le **attitudini individuali** e la **motivazione dei candidati**.

Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- screening e analisi della domanda di ammissione e CV
- prove scritte e colloquio motivazionale

Per candidarsi è necessario compilare la **domanda di ammissione online** allegando:

- Curriculum Vitae
- Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
- foto tessera

Ai fini dell'ammissione si terrà conto di:

- risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- titolo di studio e votazione
- conoscenza delle lingue straniere
- esperienza di lavoro

Dato l'elevato numero di domande, si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni.

Domande di ammissione, date di selezione e aggiornamenti sono disponibili online **24orebs.com**

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff di 24ORE Business School, assistere alla presentazione del Master, sostenere le prove scritte e il colloquio motivazionale.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

10.900 Euro + IVA

È **rateizzabile** in tre tranches:

- 1^A rata entro la data di avvio del Master
- 2^A rata entro il 26/06/2021
- 3^A rata entro il 11/09/2021

BORSE DI STUDIO

Come tradizione della Business School, importanti aziende e società di consulenza mettono a disposizione dei partecipanti **borse di studio a copertura totale o parziale** della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi alle borse di studio è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione online, allegando i documenti.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà in base a una graduatoria che considera i seguenti criteri:

- Esito delle selezioni
- Votazione di laurea (uguale o superiore a 105/110 o a 95/100)
- Conoscenza delle lingue straniere
- Eventuale esperienza professionale
- Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune **Regioni o enti territoriali** bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi postuniversitari.

Business School24 S.p.A. è **Ente accreditato** presso la Regione Lombardia e **associato Asfor** e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

Bonifico bancario

Intestazione/Coordinate bancarie del Bonifico

Business School24 S.p.A.
Banca Intesa Sanpaolo Filiale di Via Quarenghi
20100 – Milano
IBAN IT76 J030 6909 5571 0000 0006 824

Come causale di versamento, occorre indicare:

rata/saldo
il codice del Master **LA1367**
gli estremi della fattura (se pervenuta)

Grazie all'accordo stretto tra **24ORE Business School e Compass** puoi acquistare il tuo Master (o Corso formativo) direttamente presso le sedi di 24ORE Business School e rimborsarlo in comode rate mensili. Chiedi informazioni per la richiesta al nostro **Servizio Clienti 02 30300602**

INFORMAZIONI TRASPARENTI

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Salvo approvazione di Compass Banca S.p.A. alla richiesta di finanziamento. Per le condizioni contrattuali si rimanda ai documenti informativi disponibili presso le sedi 24ORE Business School convenzionate senza esclusiva con Compass Banca S.p.A.



FINANZIAMENTI AGEVOLATI PERSONALI

24ORE Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di **prestiti bancari a tasso agevolato**, ottenibili **senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master**.

I dettagli sono disponibili sul sito **24orebs.com**



FORMAZIONE FINANZIATA

Le attività formative proposte sono sostenibili con le risorse dei fondi interprofessionali.

HRC FundTraining, partner di 24ORE Business School, favorisce l'accesso e l'utilizzo delle risorse messe a disposizione dai Fondi Interprofessionali per i dipendenti e i dirigenti delle aziende iscritte.

HRC FundTraining presidia tutte le fasi, dall'analisi della co-finanziabilità, in base al fondo Interprofessionale al quale è iscritta l'azienda, gestendo tutti gli aspetti progettuali, organizzativi, burocratici e amministrativo-rendicontuali. Il costo del servizio sarà dovuto solo in caso di approvazione del Piano formativo!

Contattaci per definire insieme la soluzione migliore per la tua azienda:

hrc.fundtraining@hrcigroup.com

www.hrcfundtraining.com

tel. 345 8043046 o 051 328455



FORMAZIONE IN HOUSE E E-LEARNING

Il Master può essere personalizzato e realizzato c/o l'azienda cliente, anche in modalità blended (aula e online).

Aim for more

Via Monte Rosa 91, Milano
P.zza dell'Indipendenza 23 b/c, Roma
Via Sclafani 40/b, Acireale (CT)
24orebs.com

