



Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ
DIGITALE ITALIANA

Master di Primo Livello

Marketing e Communication Management

Obiettivi

Il Master in **Marketing e Communication Management** prepara professionisti capaci di gestire efficacemente le strategie di marketing e comunicazione di un'azienda, di grandi o di piccole dimensioni, trasferendo **competenze mirate e avanzate**: analizzare il mercato, segmentare i clienti e sviluppare **piani di marketing efficaci**, accrescere le **tecniche di comunicazione strategica**, gestire la **comunicazione digitale e i social media**, pianificare e valutare i risultati delle campagne e gli interventi migliorativi; sviluppare **competenze di brand management** per costruire l'identità del marchio dell'azienda; migliorare la **capacità di leadership e gestione di team** coordinando progetti complessi e a lavorando in team multi disciplinari. Il percorso è arricchito da interventi di Manager di aziende e agenzie di comunicazione, da case history e testimonianze attraverso cui imparare le Best Practice del settore.

A chi è rivolto il master

Candidati provvisti di una
Laurea di primo livello

Scheda Master



Durata 12 Mesi



Modalità On line



CFU 60



Prezzo 2.200€

Perché scegliere questo master

Formula Online Flessibile

Massima libertà su come, quando e dove studiare

Docenti di Alto Profilo

Esperti accademici e professionisti di settore per apprendere conoscenze aggiornate e pratiche

Specializzazione e Avanzamento di Carriera

Sviluppa competenze avanzate per ruoli di responsabilità

Certificazione e Riconoscimento Accademico

Rendi il tuo CV più competitivo con un titolo accreditato

Testimonial Aziendali e di Agenzie di Comunicazione

Il Brand management: il caso Divani & Divani by Natuzzi

La creatività e il ruolo moderno delle agenzie: le testimonianze di Pittarosso, Reframe Studio, Screenplay

Esperienze professionali di successo e case history

Con il contributo di Manager di brand multinazionali: L'Oréal, Colgate, Auchan, Cartier

Qual è il ruolo e quali attività svolge il Responsabile Marketing e Comunicazione?

Il ruolo del Responsabile marketing e comunicazione in azienda è centrale e presidia diverse attività, **dalla definizione delle strategie di marketing e comunicazione** attraverso la promozione di prodotti o servizi, scegliendo i messaggi, i canali e le campagne più efficaci, alla **gestione del brand**, costruendo e mantenendo un'immagine positiva e coerente dell'azienda sul mercato. Il marketing manager **analizza il mercato e i clienti**: studia le tendenze, i bisogni dei clienti e la concorrenza per adattare le strategie di conseguenza; **gestisce il budget**: pianifica e controlla le risorse economiche dedicate alle attività di marketing e comunicazione; **collabora con altri reparti**: lavora a stretto contatto con le vendite e il customer service e altri team per garantire coerenza e sinergia. Infine, **monitora i risultati** valutando l'efficacia delle campagne e delle strategie, apportando eventuali miglioramenti.

L'attività di **coordinamento delle attività di comunicazione** è altrettanto importante poiché implica la supervisione delle attività di advertising, dei social media, le relazioni pubbliche e altri strumenti di comunicazione per assicurarsi che tutto sia allineato con gli obiettivi aziendali.



Didattica On Line e Piattaforma MyUnimarconi

Le lezioni sono registrate e **sempre disponibili** sulla piattaforma MyUnimarconi dove è possibile visionare le slide, i materiali integrativi e caricare la tesi finale.

Durata e Struttura

Il Master ha una durata complessiva di 12 mesi e prevede **1500 ore di formazione** che comprendono le ore di didattica on line, lo studio individuale, la preparazione e discussione del project work.



Programma

Modulo I - Marketing Management

Principi avanzati di marketing strategico e operativo

- o Fondamenti di marketing strategico (analisi SWOT, vantaggio competitivo, marketing mix).
- o Marketing operativo (pianificazione, implementazione e monitoraggio delle strategie).

Customer Relationship Management (CRM) e strategie di fidelizzazione

- o Introduzione al CRM e selezione degli strumenti tecnologici.
- o Strategie di fidelizzazione e personalizzazione.

Analisi di mercato, segmentazione e brand positioning

- o Metodologie di analisi di mercato (strumenti e tecniche).
- o Segmentazione del mercato e tecniche di brand positioning.

La formulazione di una strategia di marketing

- o Struttura e contenuti di una strategia di marketing.
- o Esercitazione pratica: sviluppo di una strategia per un prodotto/servizio.

Influencer marketing e campagne omnichannel

- o Influencer marketing: scelta e gestione dei collaboratori.
- o Progettare campagne omnichannel integrate.

Case study su strategie di branding e marketing applicato

- o Analisi di casi di successo: strategie innovative.

Modulo II - Digital Marketing, strumenti e strategie

Digital analytics e business intelligence

- o Introduzione ai principali strumenti di analytics (Google Analytics, Tableau).
- o Esercitazione pratica: utilizzo degli strumenti per un caso studio.

Intelligenza artificiale e machine learning applicati al marketing

- o Panoramica di AI e ML nel marketing: applicazioni e trend.
- o Progettare una strategia di marketing data-driven.

La gestione delle marche online

- o Brand management digitale: principi e strumenti.
- o Analisi di campagne online: errori e successi.

Green marketing e strategie digitali per prodotti sostenibili

- o Fondamenti di green marketing e CSR digitale.
- o Strategie di comunicazione digitale per prodotti sostenibili.

Piattaforme digitali e gestione di campagne pubblicitarie

- o Strategia di campagna
- o Obiettivi di campagna

- o Targeting e segmentazione del pubblico
- o Creatività e formato

Set up e gestione operativa della campagna

- o Struttura delle campagne
- o Setup tecnico e impostazioni fondamentali
- o Esercitazione guidata
- o Checklist e pubblicazione

Monitoraggio, analisi e ottimizzazione

- o Lettura dei dati e KPI fondamentali
- o Dove leggere i dati
- o Ottimizzazione: quando e cosa cambiare
- o Reportistica e comunicazione dei risultati

Modulo III - Corporate Communication

Brand Management

Brand Conceptual model

- o Brand purpose
- o Brand positioning
- o Brand differentiation
- o Brand identity
- o Re-branding
- o Brand trust
- o Brand beneficence
- o Testimonianza: Divani & Divani by Natuzzi

Brand Equity

- o Brand awareness
- o Qualità percepita
- o Fedeltà
- o Associazione con la marca
- o Altre attività immateriali

Agenzia di pubblicità tra strategia, creatività e produzione

L'agenzia di pubblicità

- o Natura, ruoli e organizzazione

Il piano di comunicazione

- o Obiettivi
- o Struttura
- o Fasi

La creatività

- o Le idee
- o Le tecniche creative

Testimonianze: Caso Pittarosso/Scarpe&Scarpe e Dolci Advertising

La produzione

- o Dall'idea all'esecuzione
- o Testimonianze: Reframe Studio e Screenplay

Casi aziendali

Le Relazioni pubbliche

- o Lo scenario attuale: media tradizionali e digitali, digital PR e digital community
- o Focus su digital PR;
- o Gli strumenti: comunicato stampa SEO, Rassegna Social

Ufficio Stampa

- o Obiettivi, interlocutori e target
- o Il mondo digital: Blogger & Influencer

Management degli eventi

- o Pianificazione strategica degli eventi
- o Produzione e gestione di eventi nelle diverse industry
- o Il project management di un evento
- o Sostenibilità e inclusività: la base per eventi di successo

Crisis Communication

- o Cos'è una "crisi di comunicazione" e quali sono le tipologie di crisi che un'azienda può dover fronteggiare
- o Il ciclo di vita della crisi
- o Come si gestisce una crisi "senza preavviso"
- o Come si gestisce una crisi "con preavviso"
- o La definizione della "narrazione" della crisi e il Communication Toolkit. L'importanza della mappatura degli stakeholder.
- o La definizione dell'approccio di comunicazione per ogni singolo stakeholder durante una crisi.
- o Il Crisis Team.
 - o I sistemi di notifica.
 - o Gli scenari di rischio.
 - o Gli scenari di "leakage".
 - o Le Media Relations e i Social Media durante una crisi.

Focus e punti chiave del programma

- Testimonianze aziendali: Divani & Divani by Natuzzi, Pittarosso, Reframe Studio, Screenplay
- Case History: L'Oréal, Colgate, Auchan, Cartier
- Strumenti e tecniche per lo sviluppo di un Piano di Marketing
- Progettare campagne omnichannel integrate
- Intelligenza artificiale e machine learning applicati al marketing
- Il ruolo delle agenzie di comunicazione e relazione azienda/agenzia
- Come costruire un piano di comunicazione

Project work finale

Il project work fa parte integrante del Master. **Trascorsi minimo otto mesi** dall'inizio del percorso, **lo studente potrà richiedere l'assegnazione** alla segreteria dell'Università che assegnerà il docente di riferimento, il titolo, la data di discussione, che si svolgerà in presenza.

Stage

I partecipanti potranno sviluppare un **progetto didattico di approfondimento pratico** attraverso uno stage, presso un'azienda/ente/istituto in cui lavorano oppure in una azienda partner dell'Università. Lo stage si svolgerà sotto la guida di un tutor accademico e un tutor aziendale.

Diploma

Al termine del corso, a quanti abbiano osservato tutte le condizioni richieste e superato con esito positivo le prove di valutazione previste e maturato i 60 crediti riconosciuti, sarà rilasciato **il Diploma di Master** Universitario ai sensi del DM 270/2004

Faculty

Direttore del Master

Enrico Maria **Cervellati**

Docenti

Roberto **Bruni**
Angelo **Baccelloni**
Annarita **Colamatteo**
Simone **Guercini**
Marcello **Sansone**
Cristina **Santini**
Michele **Senatore**
Fabio **Tranzocchi**
Giulia **Trapuzzano**
Vincenzo **Vitale**

Docenti Aziendali

Marco **Benadi** - *Partner Dolci Advertising*
Niccolò **Battaglia** - *Direttore Creativo. Dolci Advertising*
Fulvia **Caliceti** - *Marketing & Communication Director. Pittarosso*
Luciano **Majelli** - *Partner. Barabino & Partners*
Elisabetta **Rondelli** - *CMO | Marketing, Communication & Client Director | Cartier | L'Oréal | Colgate | Auchan*
Rocco **Rella** - *Country Manager. Natuzzi*
Benedetta **Ruggeri** - *Marketing & Communication Strategist*
Michele **Senatore** - *Consulente SEO e Google Ads - Digital Strategist*

Come iscriversi

E' possibile iscriversi al Master in qualsiasi periodo dell'anno.

Per iscriversi occorre registrarsi alla pagina **MyUnimarconi** del sito dell'Università, con le credenziali ricevute procedere all'immatricolazione caricando i seguenti documenti:

- Documento di riconoscimento e codice fiscale
- Certificato del titolo di studio o autocertificazione

Gli studenti in possesso di titoli stranieri conseguiti all'estero dovranno allegare la documentazione integrativa indicata sulla pagina del sito Unimarconi.

Quota di partecipazione, finanziamenti e modalità di pagamento

La quota di iscrizione al Master è € 2.200 da versare tramite PagoPA o Addebito diretto SEPA - Marconi DirectPay

È possibile suddividere il pagamento in **più rate**.

Per informazioni contattare l'Ufficio Futuro Studente Master ai seguenti recapiti:

+39-06-37725777 - futurostudentemaster@unimarconi.it

Unimarconi collabora con Intesa Sanpaolo per promuovere "Per Merito", **il prestito pensato per supportare il percorso di studi**. Per saperne di più, visita la pagina dedicata sul sito di Intesa Sanpaolo.

Informazioni

Per tutte le informazioni finalizzate all'iscrizione/immatricolazione contattare l'ufficio Futuro Studente Master:

+39-06-37725777 - futurostudentemaster@unimarconi.it

Dopo il Master Career Service

Il Career Service accompagna gli studenti dell'Università degli Studi Guglielmo Marconi nella creazione del proprio **progetto professionale** ed offre un supporto mirato all'orientamento, allo sviluppo di competenze così da renderli più competitivi in un mercato del lavoro in rapida evoluzione, attraverso alcune attività:

Orientamento Personalizzato: un team di esperti è pronto ad aiutare ad identificare le passioni e le competenze per tradurle in opportunità concrete di carriera.

Connessioni nel Mondo Lavorativo: collaboriamo con aziende/enti e professionisti per offrire opportunità di stage, lavoro e programmi di sviluppo professionale.

Workshop ed Eventi: organizziamo workshop interattivi, seminari e eventi di networking per mettere in contatto gli studenti con esperti di settore e ampliare la propria rete professionale.

Supporto nella Ricerca Lavorativa: supportiamo nella creazione di un CV efficace, di una lettera di presentazione, di un interessante profilo LinkedIn, nel prepararti al meglio ad un colloquio di lavoro e farti emergere come candidato di valore nel mercato del lavoro.



Alumni UniMarconi



MISSION

L'obiettivo è di sviluppare iniziative, progetti, attività, eventi, scambi culturali e professionali.

ASSISTENZA

Fornisce ai propri associati ed ai giovani laureati dell'Ateneo strumenti utili per l'orientamento, l'aggiornamento e lo sviluppo professionale.

TUTELA/COLLABORAZIONE

Collabora con l'Ateneo, promuovendo i contatti per migliorare, tutelare e potenziare i servizi offerti agli studenti e laureati.

CRESCI CON NOI

Cura, sviluppa e consolida una nutrita rete di relazioni con Enti pubblici o privati, a livello nazionale ed internazionale, per promuovere la crescita culturale e professionale dei soci.

INIZIATIVE

Promuove l'organizzazione di eventi, seminari, iniziative culturali, anche di interesse professionale, scientifico, artistico o ricreativo, per favorire un networking tra persone, per accrescere competenze e professionalità.

ALUMNI TALK

Un ciclo di incontri per mettere in contatto studenti e laureati dell'Unimarconi con figure del mondo della cultura, dello spettacolo, dell'economia e nostri docenti.



Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ
DIGITALE ITALIANA

Università degli Studi Guglielmo Marconi

Via Plinio, 44 - 00193 | Roma

Lun-Ven 9.00-18.00

futurostudentemaster@unimarconi.it

unimarconi.it

