

Master di I livello
“Digital Marketing e social media” – 2° edizione

a. a. 2021/2022

Direttore del Master - Dott. Antonino Diliberto

Coordinatore del Master – Dott.ssa Rita Monaciliuni

Indice

1 – Finalità e obiettivi.....	2
2 - Destinatari e modalità di ammissione	2
3 - Metodologia didattica.....	2
4 - Organizzazione didattica e contenuti	3
5 - Durata	4
6 - Modalità di iscrizione	4
7 - Trattamento dei dati personali	5
8 – Incompatibilità	6
9 – Recesso.....	6
10 - Conseguimento del diploma del Master universitario di I livello.....	6

1 – FINALITÀ E OBIETTIVI

Il Master di I livello in Digital Marketing e Social Media ha l'obiettivo di formare professionisti del digital marketing e della comunicazione, fornendo gli strumenti per comprendere le strategie di marketing digitale, i nuovi strumenti interattivi del web e per progettare e misurare una campagna pubblicitaria attraverso la misurazione e l'interpretazione dei risultati di business.

Il Marketing digitale e le nuove dinamiche introdotte dall'online sono ampiamente trattati nei diversi corsi su SEO, Social Media, pubblicità digitale, reputazione online, mobile strategy, web analytics e google analytics. Il Master offre anche un importante focus sul tema della tutela dei diritti digitali.

2 - DESTINATARI E MODALITA' DI AMMISSIONE

Il Master si rivolge a Neolaureati e laureati in diverse discipline che intendono sviluppare o perfezionare competenze specifiche di digital marketing e comunicazione, professionisti e manager, che vogliono acquisire o rinforzare le proprie competenze digitali.

Il Master è a numero chiuso e prevede uno screening delle candidature e un colloquio motivazionale telefonico; è necessario compilare la domanda di ammissione al link:

<https://www.24orebs.com/marketing-comunicazione-digital-e-social-media/master-universitario-digital-marketing-e-social-media-master-online-9567>

Il titolo minimo di accesso è il diploma di laurea triennale o titolo equipollente.

È possibile accettare le iscrizioni al Master da parte di studenti privi dei requisiti minimi di accesso in possesso di diploma di scuola secondaria di 2° grado. Tali studenti potranno partecipare al percorso formativo in qualità di "uditori" ed al termine sarà rilasciato loro solo un attestato di partecipazione.

Il numero minimo per l'attivazione del corso è di 20 partecipanti.

3 - METODOLOGIA DIDATTICA

Il modello formativo della IUL, flessibile e personalizzabile in base alle conoscenze ed esperienze pregresse degli studenti, prevede per ciascun modulo momenti di didattica erogativa (azioni didattiche assimilabili alla didattica frontale) e momenti didattica interattiva (forum, *etivity*, ecc.):

- un questionario volto a conoscere le caratteristiche generali della classe;
- fruizione online e in autoapprendimento del materiale didattico predisposto dal docente (videolezioni, courseware, materiali di approfondimento, risorse in rete, ecc);
- forum di approfondimenti tematici monitorati costantemente dal docente e da un tutor disciplinare;
- incontri in modalità sincrona con il docente per approfondimenti su specifici argomenti del modulo;
- test on line o prove di valutazione obbligatorie predisposte dal docente; per conseguire il diploma del Master è necessario, infatti, superare i test e/o prove per verificare le conoscenze e le competenze maturate con lo studio.

Durante tutto il percorso formativo è inoltre prevista una figura di supporto con competenze trasversali, il **tutor di percorso** che:

- supporta gli studenti all'utilizzo e alla fruizione dell'ambiente formativo-comunicativo;
- ha conoscenza approfondita dell'ambiente IUL e delle scelte metodologiche;
- interagisce con tutti gli attori del percorso formativo (segreteria didattica e amministrativa, docenti, tutor disciplinari e studenti) attraverso mailing list e forum;
- filtra e indirizza le richieste e le informazioni provenienti dagli studenti stessi verso docenti, tutor disciplinari, segreteria didattica e amministrativa.

Al termine del percorso formativo è previsto lo svolgimento di un **Project work**: si tratta di un'attività svolta con il costante supporto online del docente e del tutor, prevede lo sviluppo di un lavoro di ricerca individuale, partendo da uno degli argomenti affrontati durante la didattica del Master.

Il traguardo del corso è costituito dalla **discussione finale** di una tesi concordata con uno dei docenti dei moduli del Master: requisito indispensabile per poter accedere alla prova è aver svolto tutti i test/prove previste nei singoli moduli del Master e aver svolto il project work. La discussione della tesi si svolgerà presso la sede IUL di Roma, via Guidubaldo del Monte 54. Al **voto della discussione della tesi finale** concorreranno anche le valutazioni dei singoli esami sostenuti sugli insegnamenti.

Si ricorda che gli studenti privi dei requisiti minimi di accesso, cd. "uditori":

1. possono fruire di tutti i materiali didattici, relativi al Master, reperibili sulla piattaforma IUL;
2. non sono obbligati a sostenere le prove di fine modulo, il project work e la discussione finale;
3. non avranno diritto al titolo di Master né al rilascio dei relativi CFU;
4. verrà rilasciato loro soltanto un attestato di partecipazione.

4 - ORGANIZZAZIONE DIDATTICA E CONTENUTI

Il corso, fruibile in modalità e-learning sulla piattaforma IUL, ha una durata totale di 1500 ore e prevede il rilascio di **60 CFU** (crediti formativi universitari).

Le ore di attività didattica sono comprensive delle ore di studio in autoapprendimento, nonché di quelle necessarie al superamento del Project Work e della prova finale e della didattica interattiva.

Un CFU corrisponde a 25 ore di lavoro dello studente, includendo i laboratori in modalità sincrona e asincrona (forum, ecc.), lo studio individuale e l'attività di Project work o tirocinio.

Di seguito è indicata la ripartizione dei **60 CFU** previsti:

CONTENUTI			
MODULI		SSD	CFU
Modulo 1	Laboratorio per lo sviluppo delle competenze relazionali e manageriali	SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6
Modulo 2	L'evoluzione del marketing digitale	SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	6
Modulo 3	Generare traffico sul sito e ottimizzare le performance	INF/01 - Informatica	6
Modulo 4	Digital strategy e mobile advertising	SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro	6
Modulo 5	Piano di comunicazione integrata e content creation	SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6
Modulo 6	Digital pre-social media management	SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	6
Modulo 7	Progettare una campagna pubblicitaria e web analytics: misurare e interpretare i risultati	SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese	6
Modulo 8	Come tutelare e gestire i diritti digitali	IUS/10 - Diritto amministrativo	6
Project work			6
Tesi			6
TOTALE			60

5 - DURATA

Il Master ha una durata annuale, per un complessivo carico didattico pari a 1500 ore corrispondenti a **60 CFU**.

6 - MODALITA' DI ISCRIZIONE

Il costo complessivo di iscrizione, frequenza, esame finale e conferimento del titolo è di euro 2.800,00 (duemilaottocento/00) + 22% IVA¹ per un totale complessivo di € 3.416,00 (tremilaquattrocentosedici/00).

La quota di iscrizione può essere rateizzata in cinque tranches:

- 1ª rata: 3 giorni prima della data di inizio del Master;
- 2ª rata: a 60 gg. dalla data di avvio;
- 3ª rata: a 90 gg. dalla data di avvio;
- 4ª rata: a 120 gg. dalla data di avvio;

¹ In caso di variazioni normative nell'aliquota Iva, gli importi andranno conseguentemente allineati.

- 5ª rata: a 150 gg. dalla data di avvio.

Il pagamento deve avvenire tramite bonifico bancario, da effettuarsi a favore della Business School24 S.p.A. - Coordinate bancarie:

- Banco Di Credito P.Azzoaglio - S.P.A., Corso Galileo Ferraris 64, Torino 10129 IBAN IT30H0342501000CC0402000143.

Nella causale del bonifico dovranno essere indicati chiaramente:

- rata – Master Universitario in Gestione strategia d’impresa;
- codice del Master: **OZ21006400 – Digital marketing – percorso on line**
- l'intestatario della fattura;
- data e n. della fattura (se già ricevuta);
- il codice cliente (indicato nella fattura, se già ricevuta).

Il modulo di iscrizione dovrà essere compilato, sul sito del Sole 24 ore, mediante il link:

<https://www.24orebs.com/marketing-comunicazione-digital-e-social-media/master-universitario-digital-marketing-e-social-media-master-online-9567>

Sarà inoltre necessario perfezionare l’iscrizione al Corso con l’Ateneo attraverso il portale studenti GOMP (<https://gomp.iuline.it>). La procedura di iscrizione è descritta dettagliatamente nella Guida pubblicata sul sito istituzionale contestualmente al presente Bando. Una volta compilata online la domanda, occorrerà stamparla, firmarla e ricaricarla nel sistema per completare la richiesta. Successivamente la copia firmata dovrà essere trasmessa, con marca da bollo di euro 16,00 (sedici/00), all’indirizzo postale “UNIVERSITÀ TELEMATICA DEGLI STUDI IUL, VIA M. BUONARROTI, 10 – 50122 FIRENZE” indicando quale causale obbligatoria: “*Iscrizione MA1 – Digital marketing – 2° edizione - nome cognome*”.

Per maggiori informazioni:

- Ufficio Informazioni IUL Tel. 06 96668278 – indirizzo e-mail: info@iuline.it;
- Dott.ssa Rita Monaciliuni – Tel. 02 21128563 – E-mail: rita.monaciliuni@24orebs.com

Le iscrizioni al Master sono aperte **fino al 28/10/2021** e le attività didattiche inizieranno il **29/10/2021**.

7 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Il trattamento dei dati forniti avverrà ai sensi del Regolamento UE 2016/679 - Regolamento Generale per la Protezione dei Dati (GDPR). I dati personali forniti saranno raccolti e trattati dall’ Ateneo, prevalentemente con mezzi informatici, per fornire i servizi di offerta formativa in attuazione degli scopi istituzionali dell’Università.

Il conferimento di tali dati è obbligatorio, ed il loro mancato, parziale o inesatto conferimento potrà avere, come conseguenza, l'impossibilità per il soggetto interessato di iscriversi al corso. L’interessato gode dei diritti di cui all’articolo 7 del Codice in materia di protezione dei dati personali e agli articoli da 15 a 22 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR), tra i quali: il diritto di accesso ai dati personali, di ottenere la rettifica o la cancellazione degli stessi o la limitazione del trattamento che lo riguardano, di chiedere la portabilità dei dati, di opporsi al trattamento, di revocare il consenso, di proporre reclamo all'autorità di controllo (Garante Privacy). Il trattamento dei dati personali avverrà nel rispetto della legislazione vigente ai sensi del

Regolamento UE 2016/679 - Regolamento Generale per la Protezione dei Dati (GDPR) e del D. Lgs. 30 giugno 2003 n. 196 (Codice in materia di protezione dei dati personali).

Tutti i dati saranno trattati esclusivamente per scopi inerenti all'attuazione del presente accordo.

L'Università Telematica degli Studi IUL e la 24ORE Business School, entrambi in qualità di Autonomi Titolari del trattamento dei dati personali, determinano, ciascuno in maniera indipendente, le finalità e le modalità di trattamento dei dati personali.

8 – INCOMPATIBILITA'

L'iscrizione al Master per l'a. a. 2020/2021 è compatibile con l'iscrizione ad altro Corso di formazione o alta formazione universitaria nei limiti sanciti dalla normativa vigente e dalle norme di Ateneo. In ogni caso, qualora lo studente intenda perfezionare l'iscrizione al Master e sia già iscritto ad altro Corso di Studio presso altro Ateneo, è tenuto al rispetto delle disposizioni vigenti presso l'Ateneo di appartenenza.

9 – RECESSO

Ai sensi del D. Lgs. 206/2005 e s.m.i., lo studente avrà facoltà di recedere, senza dover corrispondere alcuna penale e senza dover specificare il motivo, entro il termine di 10 (dieci) giorni lavorativi dalla data di ricevimento del contratto di ammissione firmato per accettazione.

Il recesso dovrà essere esercitato entro il predetto termine con comunicazione scritta a mezzo lettera racc. A/R al seguente indirizzo ovvero, entro lo stesso termine, mediante telegramma, telex, posta elettronica e fax, a condizione che sia confermata mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento entro le quarantotto ore successive, utilizzando i seguenti recapiti: 24ORE Business School – Via Monte Rosa, 91 – 20149 Milano.

A seguito del recesso da parte dello studente, esercitato come sopra, entro 30 giorni dalla data del recesso, saranno riaccreditati gli importi eventualmente pagati.

Resta inteso che oltre il termine lo studente non potrà esercitare il recesso e pertanto sarà tenuto a corrispondere l'intera quota di iscrizione. Al fine di evitare ogni dubbio si precisa che, in assenza di recesso nei predetti termini, l'obbligo di pagamento dell'intera quota sussiste a prescindere dall'effettiva frequentazione dell'evento formativo del partecipante.

10 - CONSEGUIMENTO DEL DIPLOMA DEL MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

Al termine del corso ed in seguito al superamento della prova finale, ai partecipanti verrà rilasciato il Diploma di Master di I livello e il rilascio di 60 CFU complessivi.

La consegna del diploma di Master in *“Digital Marketing e social media”* è subordinata alle seguenti condizioni:

- regolare frequenza alle attività di formazione a distanza;
- superamento dei test online e/o prove di valutazione di ciascun modulo e del project work;
- superamento della discussione della prova finale.

Si ricorda che i partecipanti che non sono in possesso dei requisiti minimi di accesso (si vedano il punto **2 - DESTINATARI E MODALITA' DI AMMISSIONE** ed il punto **3 - METODOLOGIA DIDATTICA** del suddetto bando) non sono obbligati a sostenere le eventuali prove intermedie, il project work e quella finale; al termine della formazione verrà rilasciato un Attestato di frequenza.