

Master di I livello
“Digital Marketing e social media” – 3° edizione

a.a. 2021/2022

Direttore del Master - Dott. Antonino Di Liberto

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	5
9 – Recesso.....	5
10 - Conseguimento del diploma del Master universitario di I livello	6
11 – Rilascio certificazione finale e pergamena cartacea.....	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-9988>

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.

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.

Si precisa sin da ora che non è prevista la possibilità di ripetere le prove/test di fine Modulo le cui valutazioni contribuiranno alla determinazione del **voto finale**.

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. riceveranno, alla fine de percorso, 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.

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

L'iscrizione al Master avviene in due fasi.

Il modulo di iscrizione dovrà essere compilato, sul sito della 24ORE Business School, mediante il link:

<https://www.24orebs.com/marketing-comunicazione-digital-e-social-media/master-universitario-digital-marketing-e-social-media-master-online-9988>

Il costo di iscrizione è di **4.026,00 euro** (quattromilaventisei/00), da versare direttamente alla 24ORE Business School (codice corso: OZ22001700– DMSM – percorso on line).

Successivamente sarà necessario perfezionare l'iscrizione al Master anche presso l'Università Telematica degli Studi IUL, attraverso il portale studenti Gomp (<https://gomp.iuline.it/>). La procedura è descritta dettagliatamente nella Guida pubblicata sul sito istituzionale contestualmente al presente Bando. Una volta compilata online la domanda, sarà necessario versare l'imposta di bollo virtuale di euro 16,00 (sedici/00) che verrà generata all'interno della sezione Tasse e Contributi. La domanda generata sul portale studenti Gomp, debitamente compilata e firmata, dovrà essere trasmessa alla Segreteria in una delle due seguenti modalità:

- **in formato digitale all'indirizzo iul@pec.it**; esclusivamente da un proprio indirizzo di posta certificata nominale (ovvero dal quale si evince nome e cognome del corsista); con firma autografa in formato **.pdf**, con firma digitale in formato **.p7m** (verranno accettati solo i formati indicati, non i file in formato **.jpeg**);
- **in formato cartaceo con la firma in originale**, all'indirizzo postale "UNIVERSITÀ TELEMATICA DEGLI STUDI IUL, VIA M. BUONARROTI, 10 – 50122 FIRENZE".

Le iscrizioni al Master sono aperte **fino al 27/02/2022** e le attività didattiche inizieranno il **28/02/2022**.

Per maggiori informazioni contattare:

- 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

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. 2021/2022 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 CERTIFICATO DEL MASTER UNIVERSITARIO DI I LIVELLO

Al termine del corso ed in seguito al superamento della prova finale, i partecipanti in possesso dei requisiti minimi di accesso (si vedano il punto **2 - DESTINATARI E MODALITA' DI AMMISSIONE** ed il punto **3 - METODOLOGIA DIDATTICA** del presente bando) conseguiranno il titolo di Master di I livello e dei relativi 60 CFU.

Il conseguimento del titolo di Master di I livello in *Digital Marketing e social media III edizione* è dunque subordinato pertanto 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 corsisti 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 presente bando) non sono obbligati a sostenere le eventuali prove intermedie, il project work e la prova finale. Al termine della formazione verrà loro rilasciato un Attestato di partecipazione al Master.

11 – RILASCIO CERTIFICAZIONE FINALE E PERGAMENA CARTACEA

Al termine del Master e una volta verbalizzato l'esito finale della tesi, lo studente avrà la possibilità di scaricare la **dichiarazione sostitutiva di conseguimento del Master** direttamente dalla propria pagina del portale studenti.

Il rilascio del **CERTIFICATO** di conseguimento ufficiale in bollo da parte dell'Ateneo è vincolato alla richiesta sottoscritta da trasmettere all'indirizzo: certificati@iuline.it.

Il costo complessivo del rilascio del certificato è di **euro 31,00 (trentuno/00)**, comprensivi di euro 16,00 (sedici/00) di imposta di bollo virtuale e dei diritti di segreteria.

Per il rilascio della **PERGAMENA CARTACEA** sarà necessario inviare una richiesta scritta all'indirizzo: certificati@iuline.it.

Il costo complessivo di realizzazione, stampa e spedizione della pergamena cartacea è di **euro 66,00 (sessantasei/00)**, comprensivi di euro 16,00 (sedici/00) di imposta di bollo virtuale e dei diritti di segreteria.

In assenza di una richiesta formale da parte dello studente, l'Ateneo non è tenuto al rilascio di alcuna certificazione in bollo.