

# Digital School

eCAMPUS UNIVERSITÀ

## MASTER DIGITAL MARKETING SPECIALIST

### DIGITAL TRASFORMATION II – 7cfu

Composta da 4 weekend svolti in presenza (o in modalità webinar): un weekend al mese (venerdì 4 ore, sabato 8 ore e domenica 4 ore, per un totale di 16 ore al mese).

#### 5° weekend:

- **Storytelling & Content Strategy, LinkedIn & Personal Branding, Digital PR: Influencer & Community**

Non basta aver qualcosa da dire, questa cosa va saputa raccontata in modo da suscitare una reazione e far breccia nel lettore e/o consumatore. Il docente spiegherà e svelerà i trucchi dello Storytelling, e parlerà anche di Personal Branding e Digital PR e di Influencer, dell'importanza delle public relation e delle tattiche per una comunicazione contemporanea ed efficiente.

#### 6° weekend:

- **SEO- Teorie e tecniche di Search Engine Optimization. Come rendere siti web e pagine efficaci ed attrattivi. Farsi trovare nel web**

L'ottimizzazione dei motori di ricerca è uno dei temi centrali della Digital Transformation. Ogni azienda o impresa punta ad essere tra i primi risultati di un motore di ricerca. Il professore Di Pierro spiegherà i complessi processi della SEO a 360°: si discuterà di Serp, di KEYWORDS, SEM, SEA.

- **Laboratorio di Scrittura Creativa per il Web**

Durante il laboratorio di Scrittura Creativa per il Web, il docente esporrà alcuni concetti e tematiche di linguistica generale e alcuni spunti di riflessione su come la parola sia ancora oggi lo strumento più potente per definire la propria identità, costruire un legame coi propri lettori e ideare la propria strategia sul Web, così come su qualsiasi altro media. Seguirà quindi la parte laboratoriale, in cui verranno proposte esercitazioni e giochi basati sulla nostra lingua, utili per esercitare il lato creativo della mente e l'elasticità mentale necessaria per comunicare sul Web.

#### 7° weekend:

- **Analytics, Google Tag Manager & Google Ads**

In questo modulo il docente spiegherà tutto il mondo di Google: Analytics, il servizio che consente di analizzare le statistiche sui visitatori su un sito web, Tag Manager lo strumento che serve per distribuire e gestire i vari tag relativi ai tool di analisi e monitoraggio su un sito web, ADS il software che permette la gestione degli spazi pubblicitari sul motore di ricerca.

#### 8° weekend:

- **Startup & Crowdfunding**

In questa lezione si apprenderanno le basi su come avviare e far crescere una startup, prevalentemente in ambito digital. Inoltre, si approfondirà il mondo del crowdfunding e di come avviare una raccolta fondi per il proprio progetto. La lezione comprenderà esempi e case history.

- **Elaborazione del Digital Marketing Plan**

L'obiettivo del master Digital Marketing Specialist è creare un Digital Marketing Plan: al tradizionale modello di Marketing Plan aggiungere e gestire gli strumenti tecnologici e digitali. Un Digital Marketing Plan è l'unione tra gli insegnamenti del Marketing Mix, delle Strategie e degli obiettivi del marketing tradizionali con i nuovi modelli di comunicazione, di promozione e di vendita.

### Conclusioni e impostazione Tesi e Abstract Finale

Gli studenti hanno a loro disposizione un Software indispensabile per la creazione di un loro personale progetto di Marketing Plan.

**Il progetto dovrà essere presentato e allegato alla posta elettronica del master:**

digitalschool@uniecampus.it