



## PROFILO DEL CORSO

Il digital marketing è un settore in costante crescita e diversificazione, che comprende tutte le attività di marketing condotte da un'impresa attraverso l'utilizzo degli strumenti e dei canali digitali, con il fine di creare una comunicazione interattiva e personalizzata in grado di aiutare l'impresa a sviluppare e fidelizzare maggiormente la propria base cliente.

Data la sua importanza, non è scontato trovare figure che sappiano essere all'altezza della gestione della presenza di aziende, organizzazioni, professionisti e pubblica amministrazione sui Social Network e sul mercato web nazionale ed internazionale.



**NRS STUDIO CONSULENZA**  
CENTRO DI FORMAZIONE E CONSULENZA AZIENDALE

## INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Dott.ssa Anna Scarangella  
T. +39 379 144 2704  
[nrs.studioconsulenza@gmail.com](mailto:nrs.studioconsulenza@gmail.com)



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI BARI  
ALDO MORO**



# E-COMMERCE MANAGEMENT E STRATEGIE DIGITALI

# PIANO DIDATTICO

## 1° MODULO

► Le diverse fasi del Piano di Marketing ► Il piano di comunicazione integrata ► Gli obiettivi comunicazionali, la scelta del budget, il target, gli strumenti della comunicazione integrata, il ritorno degli investimenti ► Brand Awareness, Brand Positioning, Brand Reputation ► Gli attori che operano nel settore della comunicazione ► Ruoli professionali e opportunità di lavoro nel mondo della Comunicazione

## 2° MODULO

► La liberizzazione dei domini di 1° livello: quali opportunità per le aziende e i professionisti ► Le piattaforme per creare siti web e blog senza linguaggi di programmazione ► Focus: come creare un blog con Wordpress ► Il Blog aziendale come strumento per vendere e portare traffico al sito ► Usabilità e accessibilità del sito web ► La gestione dei rapporti con testimonial, blogger, influencer

## 3° MODULO

► La creazione del profilo personale e aziendale su LinkedIn ► Le diverse sezioni del profilo ► La gestione delle recensioni e delle segnalazioni ► Come selezionare le opportunità di lavoro in Italia e all'estero ► I gruppi e gli eventi live ► Il claiming ► Il cruscotto pubblicitario ► Gli strumenti a disposizione di recruiter

## 4° MODULO

► Il check-up di sé stessi: valori e competenze hard e soft ► Gli strumenti per comunicare la propria professionalità ► Il posizionamento personale sul mercato del lavoro ► Come differenziarci dalla concorrenza ► Diventare un punto di riferimento nella nostra nicchia di mercato ► La linea grafica coordinata di noi stessi

## 5° MODULO

► eCommerce BB e B2C: soluzioni, differenze e analogie ► Vendita diretta o tramite marketplace. Analisi dei canali indiretti ► Come organizzare e strutturare il progetto eBusiness ► Impatti sulle operations aziendali: come organizzare l'azienda ► Analytics: lo strumento chiave a supporto delle decisioni ► Generare traffico di valore con l'advertising online ► Project work: come organizzare un progetto di eBusiness

## 6° MODULO

► Le campagne di Direct Email Marketing (DEM) ► I software gestionali ► Gli strumenti di marketing per attivare campagne di generazione di contatti utili (Lead Generation) ► SMS Marketing: cosa possiamo comunicare ai nostri clienti con i micro-messaggi di testo e link allegati ► I chatbot: la nuova frontiera per stabilire una conversazione con l'utente

## 7° MODULO

► Come progettare il profilo personale e la pagina business ► La condivisione di contenuti testuali, audio, foto, video ► Segmentazione avanzata del target ► Ottenere una nuova lista di clienti potenziali attraverso lo strumento social ► Facebook Lead Ads ► Il social Commerce con Facebook Marketplace ► Il cruscotto pubblicitario ► Storytelling: raccontare in maniera efficace ► La progettazione del Piano Editoriale ► La social media ► La gestione della crisi, boicottaggi, inchieste giornalistiche ► Le tendenze della Crisis Communication

## PROFILO PROFESSIONALE

Nell'era dei social e del marketing 3.0, il mercato del lavoro è in costante ricerca di nuove figure professionali: tra queste spiccano quelle del Social Media Manager e dell'esperto nella creazione ed attivazione dei portali e-commerce.

## SEDE DEL MASTER

La sede didattica del Master sarà presso le aule dell'Università degli studi di Bari.

## DURATA DEL CORSO

Il master ha durata di **1500 ore** di impegno complessivo per il corsista, corrispondenti a **60 CFU** (Crediti Formativi Universitari), così ripartite:

- 250 ore di didattica frontale
- 100 ore di esercitazioni pratiche
- 500 ore Tirocinio curriculare
- 400 ore di studio individuale
- 250 ore di Project Work e prova finale

## DESTINATARI E REQUISITI DI AMMISSIONE

Il master è rivolto ai laureati in tutte le discipline. Costituiscono titolo preferenziale una buona conoscenza della lingua inglese e il possesso di competenze informatiche.

## ISCRIZIONE E REQUISITI

La quota di iscrizione del Master è di **€ 7.500**. Essa è **finanziabile fino al 100%** dalla Misura Regionale Pass Laureati. I requisiti per la partecipazione sono:

- **Residenza in Puglia**
- **Laurea**
- **Valore Isee tra 0 e € 35.000**