



Laurea Magistrale in MARKETING, CONSUMI E COMUNICAZIONE

Indirizzo:

DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

L'evoluzione costante del web e dei nuovi media ha modificato le leve tradizionali del marketing e i modelli di business delle aziende rendendo il mercato sempre più competitivo. Il successo di un'azienda o di un prodotto oggi dipendono anche dalla capacità di saper individuare e sfruttare le nuove opportunità offerte dal mondo digitale.

Con il **nuovo indirizzo in Digital Marketing Management** l'Università IULM, ancora una volta interprete e anticipatrice degli sviluppi della comunicazione più innovativa, risponde alle attese del mercato del lavoro con un Corso di Laurea Magistrale **primo e unico nel panorama nazionale**. Esso:

- Integra, in un'ottica di sistema, l'insegnamento delle nuove forme di **comunicazione digitale** a quello proprio della **comunicazione tradizionale**, formando figure professionali capaci di operare con competenze concrete e distintive nel marketing e nella comunicazione digitale.
- Si avvale della presenza di aziende di primaria importanza, quali **Barilla, BNL-BNP Paribas, L'Oréal, Intel, Microsoft, Vodafone** e realtà internazionali come **WPP** e **ZenithOptimedia** che, non solo arricchiscono la didattica con testimonianze aziendali, ma sono anche partner d'eccezione nella definizione del nuovo percorso accademico.
- Prevede per i suoi studenti un percorso di formazione e sviluppo che permette l'acquisizione di tutte quelle **soft skills** indispensabili per confrontarsi con successo con il mondo delle professioni, dal *Management Art* alla *leadership e psicologia nelle organizzazioni complesse*, dal *public speaking* al *pensare imprenditorialmente*, dalla *filosofia applicata al management* al *self marketing*, dal *problem solving & decision making* al *team working*.

Aree Tematiche principali:

* Strumenti e linguaggi della comunicazione digitale e del web marketing * Strategie di ricerca e data analysis per il mercato 2.0 * Communication strategy e media planning * Strategie e tecniche di social media marketing * Issue & Crisis Communication * Teoria e modelli di organizzazione e management

Sbocchi professionali:

Il corso fornisce le competenze specifiche e gli strumenti per lavorare nell'ambito di aziende, enti, agenzie di comunicazione e società di consulenza a livello nazionale e internazionale, ricoprendo il ruolo di manager nelle aree del digital marketing, digital communication, digital strategy, media planning, social media marketing e web marketing.

Piano degli studi consigliato del Corso di Laurea Magistrale in

MARKETING, CONSUMI E COMUNICAZIONE



Indirizzo: DIGITAL MARKETING MANAGEMENT

1° Anno

ATTIVITÀ FORMATIVE

CFU

| | |
|---|-------------------------|
| <i>Strumenti e linguaggi della comunicazione digitale e del web marketing</i> | 6 |
| <i>Teoria e modelli di organizzazione e management</i> | 6 |
| <i>Strategie di ricerca e data analysis per mercato 2.0 (2 moduli)</i> | 6+9 |
| <i>Marketing avanzato</i> | 9 |
| <i>English for Business</i> | Esame al II anno |
| <i>Accounting</i> | 6 |
| <i>Società delle reti e societing</i> | 6 |

ATTIVITÀ FORMATIVE A SCELTA

12

- Issue & Crisis Communication*
- Pensare imprenditorialmente*

2° Anno

ATTIVITÀ FORMATIVE

CFU

| | |
|--|----------|
| <i>Strategie e tecniche di social media marketing</i> | 6 |
| <i>English for Business</i> | 9 |
| <i>Communication strategy e media planning (integrato)</i> | 9 |
| <i>Diritto per l'impresa e la comunicazione digitale</i> | 6 |
| <i>Management Art, leadership, dinamiche di gruppo e psicologia nelle organizzazioni complesse</i> | 6 |
| <i>Stage/Workshop professionale</i> | 6 |

PROVA FINALE con laboratorio in

'Comportamenti organizzativi' (Public speaking & information display e Self marketing & flexibility) **18**