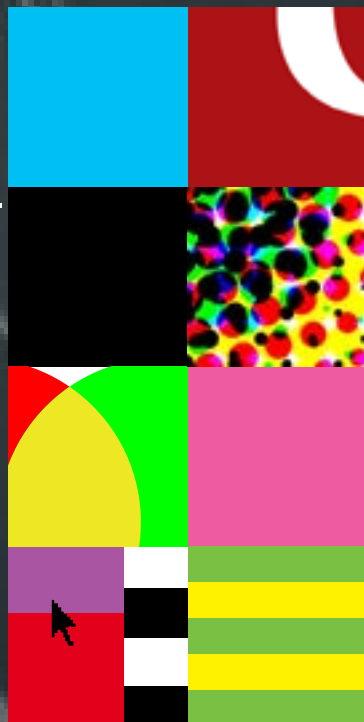









CA_
TA_LO_
GO

COR_
SI



INDICE

CATALOGO CORSI UPA

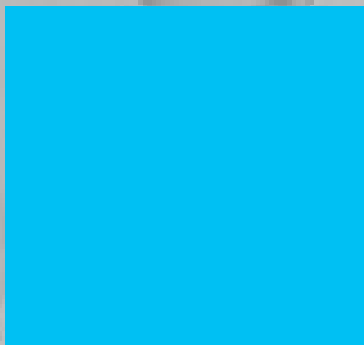
5	Normative	
24	Linee guida contrattuali	
32	Brand Reputation	
37	Advertising/Agenzie	
57	Branded Content	
64	Below the line	
68	Digital Communication	
100	CONTATTI	

LEGENDA:

Communication lunch: 

Incontri di formazione: 

NOR_
MA_
TI_
VE





Quando

Mercoledì 29 gennaio 2020
Ore 13,00 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa
Partner, Studio FTCC

Il corso in pillole

- Legge n. 31/2019, disposizioni in materia di azione di classe
- Introduce nel codice di procedura civile 15 articoli (da 840-bis a 840-sexiesdecies) - Titolo VIII-bis (procedimenti collettivi) – Tutela risarcitoria – Tutela inibitoria
- Abroga gli articoli da 139 a 140-bis del codice del consumo
- Entra in vigore il 18 ottobre 2020 (d.l. n. 162/2019; termine originario: 18 aprile 2020)
- Si applica alle condotte illecite poste in essere successivamente alla sua entrata in vigore.

**NOR_
MA_
TI_
VE**



LEGAL TECH: OPPORTUNITA', SFIDE, CRITICITA' DEL PROCESSO DI AUTOMAZIONE DEI SERVIZI LEGALI



Quando

Giovedì 17 ottobre 2019
Ore 14,00 - 15,30

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Giuseppe Vaciago

*Avvocato, Of Counsel at R&P Legal and
Founder of LT42*

Il corso in pillole

- Legal Tech Scenario
- I Trends del 2019 nel Legal Tech
- Intelligenza artificiale –esempi ed esercitazione pratica
- Intelligenza artificiale e GDPR (art. 22)
- Coding for Lawyer –esempi ed esercitazione pratica
- Document automation -esempi ed esercitazione pratica
- Chatbot -esempi ed esercitazione pratica
- Legal Design -Metodologia ed esempi pratici
- I dark patterns
- Conclusioni: sfide e opportunità del legal tech comunicazione.

NOR_
MA_
TI_
VE





Quando

Giovedì 13 giugno 2019
Ore 12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Luca Egitto

Partner, R&P Legal

Paolina Testa

Partner, Studio FTCC

Mauro Festa

*Managing Partner,
Studio Legale LegalFor*

Programma:

Gli impatti di maggior interesse per le aziende della direttiva ue n. 2019/790 Sul diritto d'autore e sui diritti connessi nel mercato unico digitale, ossia:

- L'art. 15 (Cd. Link tax) con ampliamento ai temi dell'equo compenso e delle licenze;
- L'art. 17 Con la nuova figura dei prestatori di servizi di condivisione di contenuti online;
- Come dovranno attrezzarsi le aziende, anche contrattualmente, a fronte della nuova normativa.



RELAZIONE CON RETAILER ON LINE: PROFILI ANTITRUST



Quando

Mercoledì 14 febbraio 2018
Ore 12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Enrico Fabrizi

*Partner, Studio Legale
Osborne Clarke*

Programma:

RESTRIZIONI RELATIVE AI PREZZI

Raccomandazioni/restrizioni relative al prezzo di rivendita:

- Il monitoraggio dei prezzi

Dual pricing:

- vendite a clienti ibridi
- vendite a clienti con diverse caratteristiche

Finanziamenti in favore di punti vendita fisici

RESTRIZIONI ALL'UTILIZZO DI INTERNET

- Vendite online come forma di vendita passiva
- Restrizioni all'utilizzo di Internet

da parte di rivenditori senza punto vendita fisico

- Restrizioni all'uso di siti di comparazione prezzi
- Restrizioni alla pubblicità via Internet e all'utilizzo di motori di ricerca online (Google AdWords)
- Standard qualitativi applicabili ai siti Internet

RESTRIZIONI GEOGRAFICHE

- Geoblocchi (es. rifiuto di consegna in altri Stati membri, rifiuto di accettare sistemi di pagamento esteri)
- Restrizioni relative all'uso di banner e targeted advertising

MARKETPLACE

Divieto di vendere su marketplace: sentenza Coty

- Solo per beni di lusso?
- Solo nel contesto della distribuzione selettiva?
- Solo per piattaforme che vendono ogni tipo di prodotto?

PROFILI ORIZZONTALI

Vendite dirette del fornitore e rapporti con i rivenditori

NOR_
MA_
TI_
VE



“-11 MESI ALL'ENTRATA IN VIGORE DEL GDPR (REGOLAMENTO DATA PROTECTION) COME FARSÌ TROVARE PRONTI”



Quando

Mercoledì 14 giugno 2017
Ore 12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Partner, Studio FTCC

Giangiacommo Olivi

Partner, Studio DLA Piper

Programma:

- Il Regolamento data protection: le attività svolte finora da UPA
- Cosa devono fare le aziende entro maggio 2018? Checklist dettagliata dei temi operativi e strategici, con implicazioni legali e tecnologiche
- Case history
- Q&A
- Condivisione di dubbi e ipotesi di soluzione fra le aziende
- Breve accenno al regolamento ePrivacy
- Definizione dei prossimi step e tavoli operativi di UPA

**NOR_
MA_
TI_
VE**

REGOLAMENTO DATA PROTECTION: ANALISI NORMATIVA E CASE HISTORY PER VALUTARNE L'IMPATTO SULLA MARKETING COMMUNICATION



Quando

Giovedì 23 giugno 2016
12,00 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Destinatari

Legal, marketing, media.

Relatori

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Giuseppe Vaciago

Avvocato, Studio R&P Legal

Laura Bertalero

Senior Manager, Spike Reply

Andrea Buonerba

Senior Consultant, Spike Reply

Temi principali

Parte legale:

- Nuovo regolamento europeo
- Diritto all'oblio e/o giusto bilanciamento tra cybersecurity e privacy
- Multinazionali: Legislazione da applicare e privacy shield
- Aspetti penali
- Aspetti giuslavoristici

Case study:

- IoT (Internet of Things)
- Sistemi di tracciamento posizione veicoli per ragioni di safety, fleet management o gestione logistica
- Badge rfid
- Gestione dati sul cloud
- E-commerce/social media marketing e privacy
- Open data

NOR_
MA_
TI_
VE



Quando

Giovedì 25 febbraio 2016
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA Via Larga 13 - Milano

Chi sono i relatori

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Antonello De Gennaro

Partner, Studio R&P Legal

Pier Angelo Biga

Presidente & CEO, ICM Advisor Srl

Il corso in pillole

- Caratteristiche del regime normativo
- Novità beni immateriali
- Modalità tassazione redditi
- Documento O.I.V.
- Indicazioni operative

**NOR_
MA_
TI_
VE**

DAL MARCHIO COMUNITARIO AL MARCHIO DELL'UNIONE EUROPEA. IL NUOVO REGOLAMENTO 2015/2424



Quando

Venerdì 5 febbraio 2016
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA Via Larga 13 - Milano

Chi sono i relatori

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Fabio Giambronco

*Consulente in proprietà industriale e
mandatario abilitato presso l'UAMI.
Titolare della Giambrocono & C. S.p.A*

Il corso in pillole

Il 23 marzo 2016 entrerà in vigore il nuovo Regolamento 2015/2424, che introduce alcune novità in tema di registrazione e tutela dei marchi a livello europeo. Oltre al cambiamento della denominazione del “marchio comunitario”, che d’ora in poi si chiamerà “marchio dell’Unione Europea”, il Regolamento apporterà importanti modifiche sostanziali e importanti riduzioni dei costi (fino al 37%) e dei tempi di registrazione.

NOR_
MA_
TI_
VE

IL PROVVEDIMENTO DEL GARANTE PRIVACY IN MATERIA DI COOKIES



Quando

Lunedì 23 giugno 2014
Ore 12,00 - 14,00

Dove

UPA Via Larga 13 - Milano

Chi sono i relatori

Paolina Testa

Avvocato Studio FTCC

Alberto Vivaldelli

Studi e Ricerche UPA

Il corso in pillole

- Il percorso
- Un'analisi tecnica più approfondita del provvedimento
- La cookie policy

**NOR_
MA_
TI_
VE**



LA TUTELA DEL DIRITTO D'AUTORE IN BASE AL NUOVO REGOLAMENTO AGCOM: SIMULAZIONE DI UN PROCEDIMENTO DAVANTI ALL'AGCOM



Quando

Lunedì 24 febbraio 2014
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rosotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Il corso in pillole

- Introduzione;
- Principi generali del regolamento;
- Simulazione dell'istruttoria davanti all'AGCOM;
- Considerazioni conclusive

**NOR_
MA_
TI_
VE**

L'IMPATTO DELLA LEGGE ANTICORRUZIONE 190/2012 NEL MONDO DELLA COMUNICAZIONE



Quando

Lunedì 25 febbraio 2013
Ore 12,30 - 14,30

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Giuseppe Vaciago
Avvocato, Studio legale HTLAW

Il corso in pillole

Nel corso dell'incontro si è discusso di quali procedure organizzative porre in atto all'interno delle aziende per prevenire la corruzione, anche nei confronti di soggetti privati, con particolare riguardo ai temi che investono il rapporto con terzi compreso il mondo della comunicazione.

**NOR_
MA_
TI_
VE**



L'IMPATTO DELLA NUOVA NORMATIVA DEI CALL CENTER SULLA COMUNICAZIONE DELLE IMPRESE



Quando

Lunedì 10 dicembre 2012
Ore 12,30 - 14,30

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Mara De Leonardis

Wind Telecomunicazioni

Alessandro De Angelis

Presidente, RBS

Enrico Mingoia

*Dottore Commercialista,
Revisore Contabile*

Il corso in pillole

Nel corso dell'incontro sono stati affrontati gli impatti normativi, fiscali e operativi sulla regolamentazione delle chiamate inbound e outbound introdotti dall'art. 24-bis del decreto sviluppo 83/2012 convertito in legge 7 Agosto 2012. Inoltre si è dibattuto della nuova disciplina degli appalti contenuta nella stessa legge.

**NOR_
MA_
TI_
VE**



PRIVACY, DIRITTO D'AUTORE E BRAND REPUTATION/PROTECTION IN RETE: LE PROBLEMATICHE DELLE IMPRESE E LE PROPOSTE DI SOLUZIONE



Quando

Mercoledì 21 novembre 2012
Ore 10,00 - 16,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, *Studio FTCC*

Luisa Piazza

Head of Public Affairs, *Seat Pagine gialle*

Elena Delpiano

Database & Content Manager,
Seat Pagine Gialle

Cinzia Gaeta

General Counsel Italy-Greece, *P&G*

Massimo Fubini

CEO, *ContactLab*

Gianni Tofanelli

Marketing Manager, *Inspop.com*

Giancarlo Bisso

Direzione Relazioni Internazionali
e Comunicazione, *Eni*

Silvio Meazza

Interactive partner, *M & C Saatchi*

Giuseppe Vaciago

Avvocato, *Studio Legale HTLaw*

Manuela Kron

Direttore relazioni esterne, *Nestlé*

Sandra Mori

General Counsel, *Coca-Cola Europe*

Andrea Barchiesi

CEO, *Reputation Manager*

Il corso in pillole

Nel corso dell'incontro di formazione relativo alle problematiche legali della comunicazione online sono emersi alcuni contenuti importanti che forniranno lo spunto alle commissioni UPA per proseguire lo studio e lo sviluppo di linee guida sia di comunicazione che legali.

NOR_
MA_
TI_
VE





Quando

Mercoledì 26 settembre 2012
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Il corso in pillole

Con la conversione in Legge n. 134/2012 del c.d. Decreto Crescita (D.L. 83/2012) è stato inserito nel maxi-decreto l'art. 13-ter, rubricato "Disposizioni in materia di responsabilità solidale dell'appaltatore".

Con tale articolo il legislatore va a modificare nuovamente il testo dell'articolo 28, comma 35 del D.L. 223/2006, c.d. Decreto Visco-Bersani. Il contenuto della modifica comporta la responsabilità solidale dell'appaltatore con il subappaltatore e il rischio di una pesante sanzione per il committente in caso di omesso versamento dell'Iva e delle ritenute fiscali. Nel corso dell'incontro sono state analizzate le novità introdotte facendo riferimento ai due soggetti coinvolti, l'appaltatore e il committente e nello specifico all'onere di controllo dell'appaltatore in capo all'appaltante (azienda) e ai nuovi poteri ispettivi forniti in questo campo alla Guardia di Finanza.

**NOR_
MA_
TI_
VE**



Quando

Lunedì 24 ottobre 2011
Ore 10,00 - 17,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Cinzia Gaeta

*Presidente Commissione
Giuridica, UPA*

Chiara Scalzi

Commissione Giuridica, UPA

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Giangiacomo Olivi

Avvocato, Studio DLA Piper

Pierluigi De Palma

Avvocato, Studio R&P Legal

Antonella Centra

Commissione Giuridica, UPA

Riccardo Rosotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Vincenzo Guggino

Segretario Generale, IAP

Massimo Fubini

CEO, ContactLab

Laura Silvestri

Procter & Gamble

Carmelo Fontana

Google

Chiara Garofoli

Google

Valentina Ranno

Commissione Giuridica, UPA

Andrea Di Fonzo

GroupM Interaction

Stephan Loerke

Direttore Generale, WFA

Conclusioni di Giovanna Maggioni

Direttore Generale, UPA

Il corso in pillole

Internet impatta sulle regole della comunicazione commerciale in almeno tre macrotemi principali: la gestione della privacy, la compliance del diritto d'autore, la protezione dei marchi. Fra i temi analizzati nel corso dell'incontro: i diritti d'autore e i diritti connessi, la riconoscibilità del testimonial in rete, la tutela della privacy nell'online behavioural advertising, la protezione del marchio dalla denigrazione, le policy di acquisto delle keyword di marchi concorrenti, la protezione dei marchi da contesti non safe in rete e le nuove regole sui domini di primo livello in corso di definizione all'ICANN.

NOR_
MA_
TI_
VE

IL VALORE DEL MARCHIO PER L'AZIENDA



Quando

Mercoledì 23 marzo 2011
Ore 10,30 - 16,30

Dove

Terrazza Martini
piazza Diaz 7 - Milano

Chi sono i docenti

Laura Minestroni

Ricercatrice, Docente di Pubblicità e strategie di comunicazione Integrata, Università La Sapienza

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Pier Angelo Biga

Managing Partner, ICM Advisors

Il corso in pillole

I tre interventi della giornata hanno riguardato il valore economico dei marchi, la valorizzazione finanziaria degli stessi e la disciplina applicabile nell'ordinamento italiano.

NOR_
MA_
TI_
VE



Quando

Venerdì 11 dicembre 2009
Ore 10,30 - 12,30

Dove

Starhotel Rosa Grand
piazza Fontana 3 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Claudio Solenghi

*Commercialista, Studio tributario
Arcelli-Fregoni-Solenghi*

Fabio Cacciatori

*Presidente, società di consulenza
aziendale A&G*

Il corso in pillole

In questo incontro si è avuto un confronto sulle operation che le aziende devono mettere in pratica per affrontare sia preventivamente che in corso eventuali azioni di classe, con particolare riferimento alla valutazione dei rischi e alla loro imputazione a bilancio.

**NOR_
MA_
TI_
VE**



Quando

Mercoledì 9 settembre 2009
Ore 10,00 - 13,00

Dove

Terrazza Martini
piazza Diaz 7 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Cinzia Gaeta

Presidente commissione giuridica, UPA

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Il corso in pillole

La legge numero 99/2009 articolo 49, che è entrata in vigore il 15 agosto ma è divenuta azionabile a partire dal 1° gennaio 2010, ha introdotto ufficialmente l'istituto della class action, o meglio dell'azione di classe, nell'ordinamento italiano.

**NOR_
MA_
TI_
VE**

Quando

Giovedì 5 febbraio 2009
Ore 10,00 - 16,30

Dove

MAMbo
via Don Minzoni 14 - Bologna

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Diego Masi

Presidente, Assocomunicazione

Cinzia Gaeta

Presidente Commissione Giuridica, UPA

Giulia Zanchi

*Responsabile Unità Call Center,
AGCM*

Mario Barbuto

Presidente, Tribunale di Torino

Vincenzo Guggino

Segretario Generale, IAP

Carlo Orlandi

Presidente Comitato di Controllo, IAP

Francesca Romana Ferri

Direttore Generale, AGCM

Antonio Gambaro

*Vice presidente Giurì di
Autodisciplina, IAP*

Giorgio Floridia

Presidente, IAP

Giovanni Deodato

Presidente Giurì di Autodisciplina, IAP

Domenico De Masi

Sociologo

Stephan Loerke

Direttore Generale, WFA

Michele Carruba

Farmacologo e Nutrizionista

Il corso in pillole

La tutela del consumatore nei confronti della comunicazione commerciale e delle pratiche commerciali scorrette è oggetto di almeno tre giurisdizioni: il giudice ordinario, l'autorità garante per la concorrenza e il mercato, l'autodisciplina. L'incontro ha voluto analizzare i rapporti fra le giurisdizioni e alcuni temi di crescente attualità giuridica come la protezione dei minori e l'uso degli stereotipi di genere in pubblicità.

NOR_
MA_
TI_
VE

Quando

Martedì 22 aprile 2008
Ore 14,30 - 18,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Marco Testa

Presidente, Assocomunicazione

Cinzia Gaeta

Presidente commissione giuridica, UPA

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Luisa Crisigiovanni

Direttore, Altroconsumo

Il corso in pillole

Un approfondimento sull'azione collettiva risarcitoria prevista dall'art. 140-bis del Codice del Consumo, con casi concreti e il punto di vista delle associazioni dei consumatori.

**NOR_
MA_
TI_
VE**

Quando

Martedì 15 gennaio 2008
Ore 10,00 - 16,30

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Cinzia Gaeta

Presidente Commissione Giuridica, UPA

Francesca Romana Ferri

Direttore Generale per la tutela del consumatore, AGCM

Giorgio Florida

Presidente, IAP

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Il corso in pillole

Un'analisi dei decreti legislativi 145/2007 e 146/2007 riguardanti la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali scorrette.

NOR_
MA_
TI_
VE

CON_
TR_
AT_
TI





WEB KEY PLAYERS “INTERVISTA A AMAZON”



Quando

Martedì 17 maggio 2016
ore 12.30-15.00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Destinatari

Legal, public affairs,
marketing, media.

Relatori

Federico Finzi

General Counsel, Amazon Italy

Michele Giliberti

Advertising Lead, Amazon Italy

Temi principali

Prosegue con Amazon il ciclo di incontri fra le aziende UPA e i Web Key Players.

La formula è quella consueta: Q & A informali sui temi legali, contrattuali e sulla visione di marketing della piattaforma.

Alcuni temi che verranno sicuramente approfonditi: le politiche di raccolta dei dati ai fini di targeting, le politiche di e-commerce e di garanzia e responsabilità da prodotto, gli sviluppi per la keyword e la display advertising.

CON_
TR_
AT_
TI





WEB KEY PLAYERS “INTERVISTA A GOOGLE”



Quando

Martedì 22 settembre 2015
ore 12,00 - 14,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Destinatari

Legal, PR, Marketing, Media.

Relatori

Marilù Capparelli

*Regional Legal Director EMEA
Google*

Temi principali

- Data Privacy
- Proprietà intellettuale
- Autodisciplina
- Rapporti contrattuali
- Targeting cross site, second screen, programmatic buying e viewability (da confermare in base alla presenza di un secondo relatore)

CON_
TR_
AT_
TI





WEB KEY PLAYERS
“INTERVISTA A FACEBOOK”



Quando

lunedì 2 marzo 2015
Ore 12,00 – 14,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Coordinatori degli interventi

Paolina Testa

Studio FTCC

Riccardo Rosotto

Avvocato Studio R & P Legal

Il corso in pillole

Facebook si presta a rispondere alle domande delle aziende sui rapporti contrattuali e su alcune tematiche di policy di stretta attualità.

Temi principali:

1. Aspetti contrattuali fra facebook e inserzionisti
2. Tutela della reputation e della proprietà intellettuale delle aziende sulla piattaforma
3. Gestione della privacy e del diritto all'oblio

CON_
TR_
AT_
TI



LA FISCALITA' DELLA COMUNICAZIONE COMMERCIALE



Quando

Giovedì 20 Novembre 2014
ore 12,30

Dove

Sala riunioni UPA
Via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Giovanni Rizzi
Dottore Commercialista
Studio Lazzati-Rizzi

Il corso in pillole

- Il diverso regime fiscale di pubblicità, spese di sponsorizzazione e di rappresentanza
- Pubblicità indiretta: product placement, tax credit cinematografico e art bonus
- Il regime fiscale delle manifestazioni a premio
- Accenni sul bartering

CON_
TR_
AT_
TI





DIGITAL: NUOVE SFIDE PER LE AZIENDE TRA BISOGNI DI PROTEZIONE LEGALE E DI SEMPLIFICAZIONE



Quando

Lunedì 11 novembre 2013
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Marco Signorelli

Global operations & Technology, DCP

Mauro Festa

Avvocato, Studio Caneva & Associati

Il corso in pillole

Il communication lunch si è articolato in due momenti abbastanza distinti fra loro. Una prima parte ha riguardato la normativa e le clausole contrattuali da inserire in un contratto per la creazione di un software, mentre nel prosieguo sono state presentate alcune case history di software che intendono semplificare il lavoro dell'ufficio legale delle aziende, con particolare riferimento al diritto d'autore e alla gestione legale dei progetti di comunicazione delle aziende.

CON_
TR_
AT_
TI





IL TRATTAMENTO CONTRATTUALE E CONTRIBUTIVO DELLE PRESTAZIONI DEGLI ARTISTI UTILIZZATI IN ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE



Quando

Giovedì 19 settembre 2013
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Pierluigi De Palma

Avvocato, Studio R&P Legal

Enrico Mingoia

*Dottore Commercialista,
Revisore Contabile*

Massimo Mondadori

Consulente del lavoro

Il corso in pillole

Nel corso dell'incontro si è discusso dei soggetti obbligati all'iscrizione Inps gestione Enpals, delle specificità contrattuali per le figure autonome, delle cessioni dei diritti di immagine e degli aspetti peculiari della contribuzione Inps gestione Enpals.

CON_
TR_
AT_
TI



APPROFONDIMENTI SUL DIRITTO D'AUTORE



Quando

Giovedì 8 marzo 2012
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Stefania Ercolani

Direttore dipartimento multimedia, SIAE

Pierluigi De Palma


Avvocato, Studio R&P Legal

Il corso in pillole

Nel corso del communication lunch si sono approfondite alcune modalità operative della SIAE ed in particolare le caratteristiche della licenza MSP, Multimedia Service Provider.

CON_
TR_
AT_
TI





RE_
PU_
TA
TIO_
N

COME L'UFFICIO LEGALE AZIENDALE DEVE COMPORTARSI IN CASO DI ATTACCO INFORMATICO AI DATI DELLE AZIENDE E AUDIT DELLE RISORSE IT



Quando

Mercoledì 9 luglio 2014
Ore 14,00 – 17,00

Dove

U.P.A. Via Larga 13 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Chi sono i relatori

Giuseppe Vaciago

Avvocato R&P Legal

Marco Gercke

*Director of the Cybercrime
Research Institute*

Daniele Poma

CEO di @Mediaservice.net

Il corso in pillole

In caso di attacco informatico i sistemi di sicurezza informatica aziendale offrono garanzie? L'azienda sarebbe in grado di reagire in modo appropriato se la sicurezza dei sistemi non fosse sufficiente?

La pronta interazione dell'ufficio legale con il reparto it diventa fondamentale per l'efficace gestione della crisi e la tutela della proprietà digitale aziendale. Dapprima i relatori illustreranno il metodo del "Red Team", ideato per reagire ad attacchi informatici attraverso un team e una leadership riconosciuta del top management, con alcune case history molto interessanti.

In chiusura verterà' affrontato il tema dell'audit, coordinato dal legale, delle risorse IT aziendali.

RE_
PU_
TA
TIO_
N



**L'UTILIZZO DI CELEBRITIES, SEGNI DISTINTIVI E MATERIALI PROTETTI
NELLA COMUNICAZIONE DIGITALE**



Quando

Martedì 15 aprile 2014
Ore 12,30 - 15,00

Il corso in pillole

Dove

U.P.A.
Via Larga 13, Milano

Chi sono i docenti

Pierluigi de Palma
Avvocato, Studio R & P Legal

**RE_
PU_
TA
TIO_
N**



Quando

Martedì 29 maggio 2012
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti**Cinzia Gaeta**

General Counsel Italy-Greece, P&G

Ciro Favia

Enel

Remo Lucchi

GfK Eurisko

Valentina Ranno

L'Oreal

Il corso in pillole

L'etica aziendale costituisce al giorno d'oggi una disciplina irrinunciabile per le imprese, visto che il patrimonio di un'azienda risiede sempre più nei beni immateriali e nella reputazione. I casi specifici trattati si riferiscono al settore del largo consumo, dei cosmetici e dei green claim in ambito energetico.



Quando

Giovedì 19 aprile 2012
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Rosanna D'Antona

*Presidente, D'Antona & Partners
Gruppo Havas*

Riccardo Rossotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

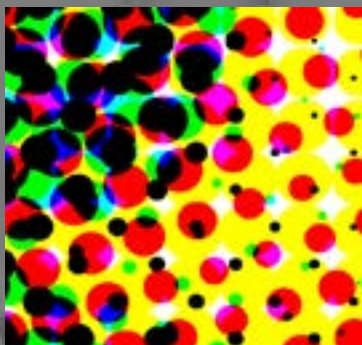
Il corso in pillole

La gestione delle situazioni di conflitto fra un'azienda e i propri stakeholders, compresi consumatori, istituzioni, concorrenti, dipendenti, necessita di competenze non più solo legali, ma anche se non soprattutto di comunicazione.

RE_
PU_
TA
TIO_
N



ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PRESENTAZIONE E APPROFONDIMENTO DEI DATI RECMA



Quando

Giovedì 12 dicembre 2019
Ore 10,00 - 11,30

Dove

Salone UPA,
Via Larga 13, Milano.

Chi sono i Relatori

Antoni Konczynski

*International Researcher Italy & Poland,
RECMA*

Il corso in pillole

RECMA è un istituto di ricerca indipendente che fornisce per diversi mercati, Italia inclusa, report e statistiche per aiutare gli advertiser a valutare le proprie agenzie media. Nel corso dell'incontro le aziende avranno l'opportunità di conoscere il database RECMA in dettaglio, comprendone la metodologia e le informazioni che se ne possono ricavare.

In particolare l'esposizione verterà sui seguenti temi:

- About RECMA: team, users, services
- The Activity Volume Report: the reference ranking
- The Country Short Report: strengths and weaknesses of your media agency
- Extra services to advertisers: Competitive reports, Quali-Audit and Ad hoc assistance

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





LA NUOVA ERA DELL'OUT OF HOME, TRA EMOZIONE, MISURAZIONE E SEMPLIFICAZIONE



Quando

Giovedì 24 ottobre 2019
Ore 10,00 - 12,30

Dove

Salone UPA,
Via Larga 13, Milano.

Chi sono i Relatori

Michele Casali

*Marketing & Data Director,
IGPDecaux*

Il corso in pillole

Il media OOH negli ultimi anni sta vivendo una vera e propria rivoluzione. Se da un lato sono sempre presenti le modalità di pianificazione basate su indicatori di Reach&Frequency tipici del mezzo, dall'altro il settore si sta trasformando, investendo moltissimo su campagne Iconiche di elevato impatto in grado di fornire Servizi al Cittadino e piani Data Driven che mirano all'efficienza e all'efficacia (grazie alla disponibilità di nuove informazioni). Si farà dunque una panoramica del mercato e dei servizi disponibili, sino ad arrivare ad approfondire il mondo del Programmatic OOH.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





“KPI POWER BREAKFAST”



Quando

Giovedì 27 giugno 2019
Ore 09,30 - 11,00

Dove

Salone UPA,
Via Larga 13, Milano.

Chi sono i Relatori

Paola Furlanetto

*Consultant, KPI Specialist,
Responsabile dello studio KPI per UPA*

Antonella Brugnola

Consulente di Comunicazione

Il corso in pillole

1. Applicare la banca dati KPI su alcuni verticali interessanti per le aziende: influencer marketing, PR, branded content.
2. Conoscerne i miglioramenti più recenti (ad esempio l'introduzione dell'obiettivo brand familiarity).
3. Fare pratica sull'utilizzo.

- Mobile Training Sessions sulla Piattaforma KPI
- Metriche e indicatori: il surf e l'onda che cambia
- Sneak peak Influencer -pr –eventi
- Branded content e familiarity

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





TV NON LINEARE E ADDRESSABLE TV: IL PUNTO DI VISTA DI MEDIASET E PUBLITALIA



Quando

Mercoledì 6 marzo 2019
9,30 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Marco Pellegrinato

*Director of Research,
Development & Innovation dept. RTI*

Guido Confalonieri

*Direttore Strategie Adtech e Business
Development TV Publitalia '80*

Paola Colombo

*General Manager Adtech e Business
Development TV Publitalia '80*

Silvia Broggi

*Direttore Marketing Internazionale e
Marketing Technology Publitalia '80*

Tiziana morandi

*Direttore Marketing Research & Insight
Publitalia '80*

Il corso in pillole:

1. Come cambia la TV:
scenario evolutivo delle tecnologie TV.
2. L'efficacia della TV nel nuovo contesto ibrido dei media.
3. La nuova esperienza TV – i servizi non lineari di Mediaset.
4. Il futuro è adesso – i prodotti di Addressable ADV TV di Publitalia.
5. La misurazione dell'efficacia dei nuovi formati.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PRESENTAZIONE DELLA PIATTAFORMA WEB PER LA CONSULTAZIONE DEI KPI DELLA COMUNICAZIONE



Quando

Giovedì 21 febbraio 2019
Ore 10,00 - 12,00

Dove

Salone UPA,
Via Larga 13, Milano.

Chi sono i Relatori

Paola Furlanetto

*Consultant, KPI Specialist,
Responsabile dello studio KPI per UPA*

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Antonella Brugnola

Consulente di Comunicazione

Giacomo Volpi

*UX Strategist e Information Architect
Stone Digital*

Il corso in pillole

Su indicazione della commissione mezzi UPA e degli utilizzatori dei materiali sui KPI che abbiamo prodotto nel 2017 e 2018 abbiamo lavorato negli ultimi mesi alla realizzazione di un sito dedicato alla consultazione e alla ricerca dei KPI della comunicazione commerciale, che presentiamo in anteprima nel corso di questo incontro. La costruzione dell'architettura del sito è stata anche l'occasione di aggiornare e migliorare i contenuti disponibili, rendendoli ancora più precisi e organici. L'obiettivo del sito è quello di rendere la consultazione e la ricerca dei KPI più facile, rapida e flessibile, raggiungibile in un click. In modo da avvicinare questo strumento di lavoro alla vita aziendale di tutti i giorni.

Nel corso dell'incontro verranno esposte:

- Le novità apportate ai contenuti pubblicati;
- Le modalità di fruizione del sito;
- Le prossime attività in materia di KPI

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





SCEGLIERE I KPI IDONEI PER LA MISURAZIONE DELLE INIZIATIVE DI ADVERTISING E...



Quando

Venerdì 23 novembre 2018

Lunedì 15 ottobre 2018

Ore 9,30 - 12,30

Dove

Salone UPA,

Via Larga 13, Milano.

Chi sono i Relatori

Paola Furlanetto

Consultant, KPI Specialist,

Responsabile dello studio KPI per UPA

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Il corso in pillole

Il corso di formazione intende focalizzarsi sull'approccio validato dalle aziende UPA alla scelta degli indicatori di performance (KPI) che garantiscono una misurazione del successo delle campagne pubblicitarie e delle iniziative di comunicazione allineata agli obiettivi di marketing. Verranno presentati da Paola Furlanetto alcuni KPI fondamentali da tenere in considerazione, alcuni errori comuni da evitare nella scelta degli indicatori e approcci più specifici e verticali corredati da case history.

Il lavoro sui KPI promosso da UPA è stato integrato nei processi di accreditamento al Premio Effie Italia, il capitolo nazionale del progetto internazionale che premia l'efficacia e i risultati delle campagne di comunicazione, organizzato in Italia da Assocom e UPA.

Programma

- Perché il premio Effie Italia
- Correlazioni fra lavoro UPA sui KPI e Premio Effie Italia
- L'importanza crescente di focalizzazione su obiettivi, KPI e efficacia
- I KPI e loro funzione
- Esempi e impostazioni
- Q&A

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





SEMINARIO UPA “KPI - KEY PERFORMANCE INDICATOR”



Quando

Mercoledì 25 ottobre 2017
Ore 14,30 - 18,00

Dove

Centro Svizzero,
Via Palestro 2, Milano.

Chi sono i Relatori

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Giovanna Maggioni

Direttore Generale, UPA

Paola Furlanetto

*Consultant, KPI Specialist,
Responsabile dello studio KPI per UPA*

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Il corso in pillole

Nella ricognizione a livello internazionale che UPA ha svolto sul tema KPI è stata trovata un'abbondante letteratura, ma mai razionalizzata e resa disponibile in modo facilitato attraverso una interrogazione diretta. Per questo abbiamo promosso lo studio “KPI di comunicazione”, che risponde a quattro obiettivi fondamentali:

1. costruire un ponte fra offline e online e fra indicatori di branding e di performance
2. razionalizzare lo scenario dei KPI, spesso confuso
3. raggruppare in un'unica fonte i KPI appartenenti a diverse tipologie
4. creare un sistema dinamico e aggiornabile

Tavola Rotonda:

“L'importanza dei KPI per le aziende e casi di utilizzo degli elaborati UPA”

Partecipanti:

Giulia Faggiani

*Digital and traditional media manager
IntesaSanpaolo*

Valeria Surico

Media and Digital Director, Danone

Assunta Timpone

Media and PR manager, Reckitt Benckiser

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PRESENTAZIONE DEI PRIMI ELABORATI DEL PROGETTO UPA KPI DI COMUNICAZIONE



Quando

Giovedì 20 luglio 2017
Ore 9,30 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri,
Piazza Missori 1, Milano.

Chi sono i docenti

Paola Furlanetto

Founding partner, A+

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Il corso in pillole

**Presentazione dello studio UPA sui KPI:
Struttura, peculiarità, limiti e benefici
per le aziende**

- 3 regole base.
- E' possibile razionalizzare la confusione attuale?
4 Chiavi per facilitare la comprensione.
- Tricky KPIs.

La Prima Matrice: Obiettivi di Marketing e Comunicazione

- Il modello. Come utilizzarlo, come personalizzarlo.
- I 2 pilastri della Comunicazione Commerciale.
- Il metodo della Matrice incrociata: perché funziona, come farne un uso.
- KPI per 14 Obiettivi di Marketing: e 8 Canali della Comunicazione Commerciale.

**Lo stato di avanzamento degli altri
elaborati:**

**Database completo e Seconda Matrice:
Communication Journey.**

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO CREATIVITÀ UPA-ASSOCOM

5. GIORNATA: LA CREATIVITA' DIGITAL DRIVEN



Quando

Giovedì 17 marzo 2016
Ore 9,30 - 13,00

Dove

Hotel The Square
Via Alberico Albricci, 2/4, Milano

Chi sono i docenti

Giovanna Maggioni

Direttore Generale, UPA

Alberto Chiapponi

Media Director, H-art/AKQA

Jacopo Attardo

Direttore Creativo, Y&R/VML

Alessandro Colombo

*Head of Market Research & Business
Development, Bayer*

Giulia Betto

*Digital Marketing Specialist, Bayer
Consumer Health*

Stefano Cirillo

*Facebook Regional Measurement Lead,
Italy and Iberia*

Il corso in pillole

- Introduzione ai lavori.
- From a Digital Marketing Agency to a Link to the Future.
- The “Top dog” Creative Strategy.
- La Comunicazione digitale in una Life Science Company: il caso Bayer.
- Good Design is Good Business.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO CREATIVITÀ UPA-ASSOCOM

4. GIORNATA: LA CREATIVITA' VIDEO MULTIMEDIALE



Quando

Venerdì 25 settembre 2015
Ore 9,45 - 13,00

Dove

Palazzo delle Stelline (sala Toscanini)
Corso Magenta 61 - Milano

Come arrivare

MM Cadorna

Chi sono i docenti

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Rosella Serra

Senior Account Analyst GOOGLE

Valeria Surico

Head of Media, Digital CRM & PR DANONE

Laura Corbetta

CEO YAMI12003

Il corso in pillole

- Come gestire creativamente una campagna video tv + web in base alla strategia e ai kpi della campagna?
- I cambiamenti richiesti dal mobile e dal nuovo consumer journey per lo storytelling video.
- Dove sta oggi la creatività nella filiera della comunicazione? Come costruire i team di lavoro per la creatività, chi interviene nelle diverse fasi?
- Come gestire il trade off creatività/ costi di produzione?
- Tips per la costruzione degli spot video online.
- Il ruolo della distribuzione dei contenuti video per le strategie POE e la viralità.
- Case e testimonianze dirette.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO CREATIVITÀ UPA-ASSOCOM

3. GIORNATA: I DIVERSI ASPETTI DELLA CREATIVITÀ



Quando

Mercoledì 21 gennaio 2015
Ore 9,45 - 13,00

Dove

Gallerie d'Italia, ingresso in piazza della
Scala angolo via Manzoni - Milano

Come arrivare

MM Duomo
MM Cordusio

Chi sono i docenti

Julia Schwoerer

Vice President Marketing Italy

Sergio Rodriguez

CEO & Chief Creative Officer JWT

Giorgio Marino

Presidente Filmaster

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Mulino Bianco & Pan di Stelle

Vincenzo Guggino

Segretario Generale IAP

Il corso in pillole

Creatività e ricerche

- Misurare per decidere e per ottimizzare, non per banalizzare.
- Le ricerche sul copy.
- Quando usare le qualitative.
- I modelli di valutazione.
- Verifica dell'efficacia della creatività sui valori di marca.

I costi di produzione

- C'è una regola per quanto è giusto spendere?
- Il valore aggiunto della produzione
- Qual è il processo più funzionale?

Punto UPA sugli aspetti contrattuali.

Aspetti legali ed etici

- La ricerca di anteriorità.
- Come tutelare un'idea.
- Le pre-emptions.
- Vincoli legali.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO CREATIVITÀ UPA-ASSOCOM

2. GIORNATA: COME SI VALUTA LA CREATIVITÀ ?



Quando

Mercoledì 3 dicembre 2014
Ore 9,45 - 13,00

Dove

Gallerie d'Italia, ingresso in piazza della
Scala angolo via Manzoni - Milano

Come arrivare

MM Duomo
MM Cordusio

Chi sono i docenti

Fabrizio Paschina

*Head of advertising and web
Intesa Sanpaolo*

Luigi Accordino

Head of Strategy The Big Now

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Emanuele Nenna

Vice Presidente AssoCom

Andrea Concato

COO The True Company

Il corso in pillole

Brief

- cosa ci deve essere?
- Gli elementi base per un buon brief.
- Il brief ai team creativi.

Contributi UPA sul brief

Copy Judgement

- C'è un insight?
- Trasferisce la strategia?
- Ha il potenziale per andare su tutti i canali?

Idea vs esecuzione

- Identificare l'idea per definire l'esecuzione.
- La grammatica dell'audiovisivo: come si valuta uno storyboard.
- La grammatica delle campagne stampa e affissione.
- Opportunità creative offerte dal digitale.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO CREATIVITÀ UPA-ASSOCOM

1. GIORNATA: LA CREATIVITÀ NELLA COMUNICAZIONE



Quando

Martedì 18 novembre 2014
Ore 9,45 - 13,00

Dove

Gallerie d'Italia, ingresso in piazza della
Scala angolo via Manzoni - Milano

Come arrivare

MM Duomo
MM Cordusio

Chi sono i docenti

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Stefano Del Frate

Direttore Generale AssoCom

Mauro Ussardi

Strategic Planning Director Bigi Gregoli

Renèe Bernhard

Presidente Aprais Italy

Il corso in pillole

Perché queste giornate sulla creatività?

Cos'è la creatività?

- Perché ha valore?
- In cosa consiste il suo valore?
- Che cosa rende un'idea "forte"?

Processi di sviluppo della creatività

- Ruoli, chi sviluppa, chi presenta, chi decide?
- Presentazioni, quante, a che stadio?
- Il rapporto con altre agenzie e con il centro media
- A che stadio coinvolgere il committente?

**Valorizzazione della relazione
utente-agenzia**

- Valore del dialogo.
- Il processo di valutazione.
- Gli effetti positivi sulla creatività degli interventi di ottimizzazione.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO MEDIA UPA 2014
6. GIORNATA GLI STRUMENTI DI CONTROLLO



Quando

Giovedì 6 novembre 2014
Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Marcella Bergamini

*Integrated Communications,
Strategic Media & Buying Mellin*

Maurizio Rosso

Socio e Fondatore AD Control

Antonio Margoni

Presidente Media Consultants

Giovanni Ganzi

Amministratore Metro Media System

Rodolfo Rotta

*Direttore Marketing, R&D Media
Consultants*

Alberto Vivaldelli

Responsabile Digital UPA

Giusi Confalonieri

Productivity Manager Vivaki

Ramon Soranzo

Founder and Chairman Core Analytics

Sergio Tavazzani

Owner Marketing Point

Il corso in pillole

- Cosa vuol dire controllare, certificare e postvalutare una campagna pubblicitaria: le peculiarità dei diversi mezzi;
- Focus su TV: la post valutazione in funzione delle informazioni rilasciate dai canali. Le differenze tra canali A, B e C
- La certificazione dell'emesso: focus su Radio e TV Kids. Gli affollamenti.
- Chi controlla il controllore?
- L'auditing: stato dell'arte e Linee Guida UPA

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO MEDIA UPA 2014

5. GIORNATA CON TAGLIO OPERATIVO DI DOING, PLANNING E CONTROL



Quando

Giovedì 12 giugno 2014
Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Marcella Bergamini

*Integrated Communications,
Strategic Media & Buying Mellin*

Paolo Maggi

Head of Strategic Media Plan, Unicredit

Yoann Steri

Head of consumer connections, Mellin

Alberto Vivaldelli

Responsabile Studi e Ricerche, UPA

Massimo Fontana

Managing Director, AMNET

Andrea Silva

*Head of Partner Business Solutions,
Italy Google*

Andrea Marinaccio

Smarter Commerce Sales, IBM

Il corso in pillole

- La strategia media integrata.
- La post-valutazione delle campagne sia online che multimediali.
- Il programmatic buying.
- La gestione integrata dei big data raccolti sul consumatore.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO MEDIA UPA 2014

4. GIORNATA CON TAGLIO OPERATIVO DI DOING, PLANNING E CONTROL



Quando

Venerdì 23 maggio 2014

Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri

piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Raffaele Pastore

Direttore Studi e Ricerche, UPA

Marcella Bergamini

Integrated Communications, Strategic

Media & Buying, Mellin

Sandra Grifoni

Amministratore Delegato, Inmediato

Gianmaria Pasqual

Media Director, Selection/Perfetti van

Melle

Il corso in pillole

- La pianificazione media: quali numeri si può e si vuole leggere
- Focus sulla pianificazione operativa: da una pianificazione verticale ad una orizzontale
- Come leggere i numeri della tv e dei piani multimediali.
- L'importanza dell'audience esclusiva
- Come valutare i piani integrati offline e online

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO MEDIA UPA 2014

3. GIORNATA CON TAGLIO OPERATIVO DI DOING, PLANNING E CONTROL



Quando

Venerdì 9 maggio 2014

Ore 9,30,00 - 13,30

Dove

Hotel Boscolo Exedra

corso Matteotti 4/6 - Milano

Chi sono i docenti

Marcella Bergamini

*Integrated Communications, Strategic
Media & Buying Mellin*

Vito Pisano

Marketing Manager Mellin

Yoann Steri

Head of consumer connections Mellin

Maurizio Spagnulo

*Marketing Communication Director
Alfa Romeo*

Marco Muraglia

*Chairman Starcom Mediavest
Group Italia*

Silvio Siliprandi

*Presidente e Amministratore Delegato GFK
Eurisko*

Marco Brusa

*Head of Research & Analytics Business
Planning Mindshare*

Alessio Fattore

Strategy e D&A Director Starcom

**ADV_
AG_
EN
ZI_
E**



Quando

Venerdì 14 marzo 2014
Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Chi sono i docenti

Marcella Bergamini

*Integrated Communications, Strategic
Media & Buying, Mellin*

Alberto Coperchini

Global Media Director, Barilla G. e R. F.lli

Alberto Picotti

*Direttore Media & Comunicazione
Gruppo Giochi Preziosi*

Yoann Steri

Head of consumer Connection, Mellin

Paolo Stucchi

*Chief Strategic Officer,
Dentsu Aegis Network*

Roberto Binaghi

Chief Executive Officer, Mindshare

Il corso in pillole

- Il ruolo della funzione media in azienda
- I modelli organizzativi: presentazione dei risultati della survey
- I modelli organizzativi raccontati dalle aziende
- I modelli organizzativi e la strutturazione di team dedicati da parte del centro media
- La realizzazione di una strategia media integrata: analisi, tools ed esecuzione.
- Come valutare il ritorno sugli investimenti media (R.O.I)

ADV_
AG_
EN
ZI_
E





PERCORSO MEDIA UPA 2014

1. GIORNATA CON TAGLIO STRATEGICO DI DECISION MAKING



Quando

Venerdì 21 febbraio 2014

Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel dei Cavalieri

piazza Missori 1 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo

MM3 Missori

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Giovanna Maggioni

Direttore Generale, UPA

Marcella Bergamini

Integrated Communications,

Strategic Media & Buying, Mellin

Il corso in pillole

- Il mercato media in Italia e i suoi 3 attori: aziende, mezzi e centri media
- Perché il mercato media in Italia è definito asimmetrico e confronti internazionali
- Diversi modelli organizzativi per strutturare le attività media e digital

**ADV_
AG_
EN
ZI_
E**





DINAMICHE DI CAMBIAMENTO E NUOVE OPPORTUNITÀ NELLA RELAZIONE TRA LE AZIENDE INVESTITRICI E LE STRUTTURE DI SERVIZIO



Quando

Giovedì 25 settembre 2013
Ore 12.30 - 15.00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Mario Abis

Fondatore e Presidente, Makno

Lorenzo Bernorio

Amministratore Delegato, Makno

Il corso in pillole

- Quali sono le nuove tendenze in atto nella definizione delle strategie di comunicazione delle aziende?
- Come si stanno rimodellando i rapporti con le agenzie di comunicazione?
- Come si sviluppa la scelta del centro media?
- Come vengono implementate oggi le attività di PR?
- Questi sono alcuni degli interrogativi che trovano un quadro di riferimento nella ricerca "Studio Impresa di Comunicazione" realizzata da Makno ricerche per UPA.

**ADV_
AG_
EN
ZI_
E**



IL RAPPORTO TRA CLIENTE E AGENZIA DI PUBBLICITÀ



Quando

Mercoledì 28 marzo 2012
Ore 9.15 - 13.00

Dove

Hotel Boscolo Exedra
corso Matteotti 4/6 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente, UPA

Massimo Costa

Presidente, AssoComunicazione

Daniele Tranchini

CEO, Publicis Italia

Pino Rozzi

*CEO and Executive Creative Director,
1861 United*

Carlo Salvadori

Nestlè Italiana

Federico Bardelli

Direttore Marketing, Biscotti Kraft Foods

David Wethey

Chairman, Agency Assessments Int.

Stefano Del Frate

Amministratore Delegato, Drafftcb

Il corso in pillole

La fiducia e la soddisfazione reciproca in un rapporto fra cliente e agenzia di pubblicità dipende da alcuni fattori chiave: i criteri di scelta dell'agenzia, la gestione delle gare, la capacità dell'azienda di proporre il giusto brief, il ruolo dell'agenzia e i criteri di remunerazione.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E

Quando

Venerdì 11 novembre 2011
Ore 10,00 - 17,00

Dove

Hotel Grand Visconti Palace
viale Isonzo 14 - Milano

Chi sono i docenti

Valerio Di Natale

Presidente della commissione mezzi, UPA

Marcella Bergamini

Commissione mezzi, UPA

Carlo Momigliano

Mindshare

Giorgio Villa

Astarea

Massimo Nicolini

Nextplora

Sandra Harrison

JWT

Paolo Stucchi

Vizeum Aegis

Enrica Seregni

Danone

Laura Cantoni

Astarea

Mauro Lupi

Ammiro Partners

Lorenzo Marini

Lorenzo Marini & Associati

Sandra Grifoni

Inmediato

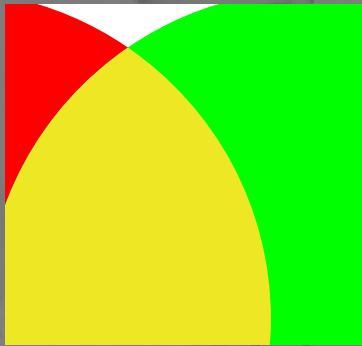
Il corso in pillole

Internet ha ampliato la platea dei mezzi disponibili per i pianificatori e le possibilità di controllo in corso dei piani di comunicazione. Occorre quindi aggiornare il processo di sviluppo di una campagna pubblicitaria, partendo dalla strategia generale e dal posizionamento di marketing, per arrivare alla strategia media, al controllo del piano e al suo fine tuning, creativo e media, nel corso dell' esecuzione.

ADV_
AG_
EN
ZI_
E



BR_
AND_
ED_
CON_
TENT



Quando

Venerdì 10 ottobre 2014
Ore 12,30

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Giulio Votano

Dirigente di Ruolo AGCOM

Fabio Bassan

*Vice Direttore Dipartimento Studi
Aziendali Università Roma Tre*

Francesca Cima

Presidente Sezione Produttori ANICA

Francesca Fastelli

*Direzione Regolamentazione e
Adempimenti Istituzionali Mediaset*

Giovanni Altieri

*Direttore Business Affair Contenuti e
Product Placement RTI*

Il corso in pillole

Durante il convegno sono stati presentati i testi elaborati da UPA, Anica, produttori ed emittenti televisive in seno al Laboratorio sul Product Placement istituito presso l'Università Roma Tre, su cui AGCOM ha preso atto.

I testi disciplinano alcuni elementi relativi al product placement televisivo, in particolare:

- l'indebito rilievo quale elemento discriminante il product placement;
- il rapporto tra product placement e sponsorizzazione;
- il rapporto tra product placement e branded content;
- il rapporto tra naming e product placement.

I risultati prodotti dal Laboratorio saranno traslati nei Codici di Condotta delle singole emittenti.

**BR_
AND_
ED_
CON_
TENT**



Quando

Lunedì 6 ottobre 2014
Ore 14,30

Dove

Sala cinema ANICA
viale Regina Margherita 286 - Roma

Chi sono i docenti

Stefano Balassone

Segretario Generale ANICA

Giulio Votano

Dirigente di Ruolo AGCOM

Fabio Bassan

*Vice Direttore Dipartimento Studi
Aziendali Università Roma Tre*

Giovanna Maggioni

Direttore Generale UPA

Carlotta Ca' Zorzi

*Responsabile Affari Legali e
Regolamentari La7*

Francesca Cima

Presidente Sezione Produttori ANICA

Il corso in pillole

Durante il convegno sono stati presentati i testi elaborati da UPA, Anica, produttori ed emittenti televisive in seno al Laboratorio sul Product Placement istituito presso l'Università Roma Tre, su cui AGCOM ha preso atto.

I testi disciplinano alcuni elementi relativi al product placement televisivo, in particolare:

- l'indebito rilievo quale elemento discriminante il product placement;
- il rapporto tra product placement e sponsorizzazione;
- il rapporto tra product placement e branded content;
- il rapporto tra naming e product placement.

I risultati prodotti dal Laboratorio saranno traslati nei Codici di Condotta delle singole emittenti.

BR_
AND_
ED_
CON_
TENT



BRANDED CONTENT: BEST PRACTICES INTERNAZIONALI E POSSIBILI ADATTAMENTI AL MERCATO ITALIANO



Quando

Giovedì 23 gennaio 2014
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Chi sono i docenti

Miguel Salerno

Direttore, Neopsis

Andrea Bellavita

Responsabile analisi desk, Neopsis

Il corso in pillole

- Breve introduzione al branded content
- Case histories internazionali, con particolare approfondimento su:
 - *Elementi editoriali*
 - *Rapporto con il contesto (nazionale, di piattaforma, editoriale)*
 - *Obiettivi comunicativi e strategie d'ingaggio e diffusione*
 - *Sviluppo crossmediale*
- Riflessione sui possibili utilizzi all'interno dell'"ecosistema" italiano
- Linee guida per la valutazione delle performances e dell'efficacia

BR_
AND_
ED_
CON_
TENT



LE STRATEGIE DI BRANDED CONTENT MARKETING DELLE AZIENDE OPERANTI IN ITALIA



Quando

Mercoledì 10 luglio 2013
Ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Roberto Nelli
Professore, Università Cattolica

Il corso in pillole

Nel corso dell'incontro il professor Roberto Nelli ha presentato in anteprima i risultati della ricerca condotta dal Branded content Lab dell'Università Cattolica con il contributo di UPA.

La ricerca ha indagato gli approcci strategici e gli aspetti gestionali aziendali nei confronti del branded content: budget dedicati, obiettivi e strategie, figure professionali coinvolte, formati e canali utilizzati, soddisfazione e criticità percepite.

**BR_
AND_
ED_
CON_
TENT**



Quando

Venerdì 4 maggio 2012
Ore 10,00 - 15,30

Dove

Regione Lombardia
via Fabio Filzi 22 - Milano

Chi sono i docenti**Alberto Contri**

*Direttore generale, Lombardia Film
Commission*

Alessandra Alessandri

Titolare, LabMedia

Stefano Spadini

Chief Strategic Officer, Mindshare

Chiara Crocetti

Head of Entertainment, Mindshare

Marco Mazzini

SVP Brands, Zodiak Active

Emanuele Finardi

*Head of Special Initiatives,
Zodiak Active*

Paola Marazzini

Agency Head, Google Italy

Ernesto Apa

Avvocato, Studio Portolano Cavallo

Gerardo Corti

*Presidente, JMN & DY e Associazione
Product Placement*

Claudia D'Ippolito

Senior Researcher, Ipsos

Il corso in pillole

UPA ha organizzato presso il palazzo della Regione Lombardia un incontro di formazione riservato agli associati sul tema del branded entertainment, ovvero la produzione diretta di contenuti da parte delle aziende. Dalle forme più antiche di branded entertainment (editoria cartacea, sponsorizzazioni, merchandising) il focus ha riguardato le forme più recenti, di tipo audiovisivo: product placement e branded content – per esempio le serie tv brandizzate distribuite su internet e talvolta riprese in televisione. L'incontro ha delineato non solo case histories e l'approccio strategico al branded entertainment, ma anche il quadro legale e gli strumenti di misurazione del ritorno economico sull'investimento.

BR_
AND_
ED_
CON_
TENT

Quando

Martedì 12 ottobre 2010
Ore 10,00 - 13,00

Dove

Hotel Principe di Savoia
piazza della Repubblica 17 - Milano

Chi sono i docenti

Cinzia Gaeta

Presidente Commissione Giuridica, UPA

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rosotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Vincenzo Guggino

Segretario Generale, IAP

Valerio Di Natale

Presidente Commissione Mezzi, UPA

Marco Manfredi

Publitalia/Mediaset

Valeria Tosi

Publitalia/Mediaset

Massimo Gorla

Sipra/Rai

Laura Paschetto

Sipra/Rai

Roberta Roccanova

Sky Tv

Guido Rindi

Sky Tv

Giovanni Palazzi

Presidente, Stage UP

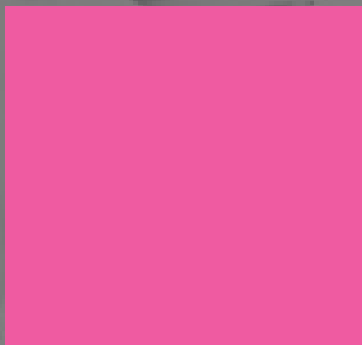
Il corso in pillole

Il dlgs n. 44 del 15 marzo 2010, che ha modificato il T.U. Radiotelevisione (dlgs 177/2005), diventato T.U. dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, ha introdotto in Italia la possibilità di effettuare il product placement televisivo. Nel corso della giornata si sono analizzati la nuova normativa, le prassi operative in corso di definizione da parte di broadcaster e case di produzione e una metodologia di misurazione dell'efficacia di questa nascente forma di comunicazione

**BR_
AND_
ED_
CON_
TENT**



**BE_
LOW
THE
LI_
NE**



DIGITAL ENDORSEMENT, INFLUENCER, CELEBRITY MARKETING: PROFILI LEGALI E BEST PRACTICE



Quando

Mercoledì 16 marzo 2016
13,00 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Destinatari

Legal, pubbliche relazioni,
marketing, media

Relatori

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Riccardo Rosotto

Avvocato, Studio R&P Legal

Marcello Laugeri

Business Director, Ketchum

Eros Bianchi

Senior Account Director, Ketchum

Edoardo Arisi

AD, BloggerItalia

Valentina Villa

Digital Strategist, BloggerItalia

Temi principali

- Aspetti legali/contrattuali/previdenziali/pubblicitari relativi alle attività di comunicazione effettuate tramite endorser: blogger, vlogger, influencer, celebrity
- Case history e codice etico di un'agenzia di pubbliche relazioni
- Case history e codice etico di un network di Digital Influencer

BE_
LOW
THE
LI_
NE



Quando

Lunedì 24 marzo 2014
Ore 14,15 - 17,30

Dove

U.P.A.
Via Larga 13, Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Chi sono i docenti

Nilo Calvi

Associate Partner, Juice Reply

Fabio Baraghini

Associate Partner, Juice Reply

Massimo Fubini

CEO, Contact Lab

Paolina Testa

Avvocato, studio FTCC

Riccardo Rossotto

Avvocato, studio R&P Legal

Il corso in pillole

Big data: miti e realtà di un concetto di moda

- La tecnologia applicata ai big data, possibilità di approcci modulari
- Impatti organizzativi e IT nell'introduzione dei Big Data in azienda
- Opportunità di business offerte dai big data per il marketing e la comunicazione

Possibilità di marketing offerte dai big data in ambito direct marketing

- l'importanza del trovare una chiave comune di join tra i dati
- dal micro al macro: cosa contiene un dato micro e perché la somma di tanti dati micro può dare informazioni completamente diverse - esempi pratici
- applicazioni dei big data nel direct marketing

Case histories:

1. per la segmentazione
 2. per la scelta dei contenuti
- Profili legali delle case histories presentate
 - Approcci normativi internazionali e modelli di business strategici per i big data in prospettiva futura (ma non troppo)

**BE_
LOW
THE
LI_
NE**



Quando

Giovedì 26 gennaio 2012
Ore 10,00 - 15,30

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Claudio Mascheroni

EPR

Antonello De Gennaro

Studio Tributario e del Lavoro

Marco Gualdi

Inventa CPM

Giorgio Santambrogio

Interdis

Silvana Manni

Procter & Gamble

Arianna Galante

ContactLab

Alberto Chiapponi

H-art

Valerio Perego

Facebook

Il corso in pillole

L'incontro, rivolto ai responsabili marketing e ai legali delle aziende associate, ha esaminato il quadro normativo di riferimento, le problematiche interpretative dei concorsi e operazioni a premio nell'era del WEB 2.0, gli aspetti inerenti le strategie, con un approfondimento sulle nuove meccaniche e sulla determinazione del ROI e un intervento specifico sulle meccaniche di engagement e la data privacy. La creatività, con un focus sulle manifestazioni digital e sull'utilizzo dei social network, e di Facebook in particolare, è stato il tema degli interventi del pomeriggio.

BE_
LOW
THE
LI_
NE



DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





COME IMPOSTARE UNA COMUNICAZIONE EFFICACE SU LINKEDIN: COMPANY EDITION



Quando

Mercoledì 5 febbraio 2020
Ore 10,00 - 11,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Robert Rose

*Chief Strategy Advisor, Content Marketing
Institute*

Il corso in pillole:

“Successful marketers use content marketing to generate demand from new and unknown audiences –not just to locate demand that already exists”

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





ADV ON LINKEDIN: FROM BRAND TO DEMAND



Quando

Mercoledì 22 gennaio 2020
Ore 10,00 - 11,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Fabio Firinu

LinkedIn Lead, Product & Publisher Manager, WebAds

Il corso in pillole:

L'attività sui social network permea la nostra quotidianità, ma che impatto può avere l'attività del singolo sull'azienda e la sua reputazione, specialmente su LinkedIn? In questo training vedremo come costruire ed impostare un profilo LinkedIn di successo e come, di riflesso, le aziende possano sfruttare l'attività social dei propri dipendenti per migliorare la propria Brand Reputation.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Giovedì 28 novembre 2019
10,00 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Anthony Cardamone

Head of marketing ,Sky Media

Il corso in pillole:

- Il mondo Sky Media tra intrattenimento e sport;
- Scenario socioeconomico in Italia; Il ruolo della tv e l'estensione digitale;
- Variabili di pianificazione del mercato;
- Intercettare i consumi attraverso la tv;
- Advanced TV, la tecnologia applicata alla pubblicità.



DAL PERSONAL AL CORPORATE BRANDING SU LINKEDIN



Quando

Mercoledì 13 novembre 2019
9,30 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Fabio Firinu

LinkedIn Lead, Product & Publisher Manager, WebAds

Il corso in pillole:

L'attività sui social network permea la nostra quotidianità, ma che impatto può avere l'attività del singolo sull'azienda e la sua reputazione, specialmente su LinkedIn? In questo training vedremo come costruire ed impostare un profilo LinkedIn di successo e come, di riflesso, le aziende possano sfruttare l'attività social dei propri dipendenti per migliorare la propria Brand Reputation.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Mercoledì 15 maggio 2019
9,30 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Mirko Lagonegro

Founder & CEO, DigitalIMDE

Daide Panza

CMO & Co-Founder, DigitalIMDE

Mara Negri

*Director of Partnerships
& Bus Dev, Mediamond*

Luca Daher

Head of Ad Sales Southern Europe, Spotify

Steve Pratt

CEO, Pacific Content

Il corso in pillole

- Regole ed ecosistema, dati di mercato, contesti d'uso
- MAX: il digital audio per Mediamond
- Il Rinascimento dell'audio. Dalle playlist ai podcast, dalle sponsorizzazioni al programmatic: cosa, come, dove ascolta il mondo e perchè è importante per i brand.
- Podcast for Brands
- Utilizzare i podcast nel marketing: MyVoxes
- Dar voce a brand e prodotti: Questionable

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

Quando

Venerdì 12 aprile 2019
12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Andrea Vitrotti

*Founder e Direttore Media,
The Unconventional Media*

Paula Torres Rojas

*Marketing e e-Commerce,
The Unconventional Media*

Il corso in pillole

Prima parte

1. Il mercato dell'e-commerce (visto da una nuova prospettiva).
2. Benchmark USA, Canada, UK, Francia.
3. Il mercato italiano. Dimensioni e caratteristiche.
4. Dalla metodologia push a quella pull.
5. Target digitale, emozione reale.
6. Dal leaflet al sampling.
7. Nuove metodologie di pianificazione.
8. Creatività a valore aggiunto, percepito ed effettivo.

Seconda parte

Presentazione e discussione di alcune campagne di successo (e non).

Dal food, al beverage, dai viaggi agli elettrodomestici, dai detersivi ai prodotti per la bellezza, dall'automotive all'home care, dalle riviste alla catena del fresco.



**“AR YOU VREADY? REALTÀ AUMENTATA E REALTÀ VIRTUALE SONO QUI.
VOI SIETE PRONTI PER QUESTA RIVOLUZIONE MEDIA?”**



Quando

Mercoledì 12 dicembre 2018
12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Montagna
*Advisor & Trainer per
strategie aziendali AR,
VR & MR*

Il corso in pillole

- AR (Augmented Reality) e VR (Virtual Reality) sono l'evoluzione del digitale, lato hardware, software, contenuti, ed esperienze.
- AR e VR hanno la stessa portata rivoluzionaria della tv, del pc e dello smartphone di cui sono l'evoluzione.
- Il prossimo passaggio tecnologico è tra gli “handset” agli “headsets”.
- Siete pronti ad entrare in questo nuovo mondo dove i contenuti diventano il contesto?

**DI_
GI_
TAL_
CO_
MM**

Quando

Mercoledì 13 giugno e
Mercoledì 9 maggio 2018
14,30 - 17,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolo Serra

CEO, Kahuna

Marco Fontebasso

Business Development Director, Kahuna

Il corso in pillole:

“Da Walmart a Amazon, il futuro dell’advertising è fatto di dati e audience.”

Le aziende sono sempre più consapevoli di essere sedute su enormi quantità di dati sottoutilizzati.

L’importanza dei dati oggi è tale che, per un CEO di una moderna azienda affermare: “non sto investendo in analisi dei dati” è lo stesso che dire “non sono interessato ai nostri clienti”.

Ma la vera questione non è quanto si investe in dati, ma quale risultato si è in grado di generare dall’investimento effettuato. L’elemento chiave di una strategia vincente è cioè quello che viene chiamato Return on Investment Data (RoDI), ossia la capacità di far rendere l’investimento.

Ma le condizioni per monetizzarli sono mature:

- volumi massicci di dati strutturati e non strutturati;
- riduzione dei costi di memorizzazione;
- campagne di marketing guidate dai dati che creano esperienze rilevanti per i clienti; miglioramento della business intelligence e dei processi attraverso l’applicazione di data analytics;
- sviluppo di nuovi prodotti;
- rivendita a terzi dei propri dati.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Mercoledì 11 aprile 2018
10,00 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolo Serra

CEO, Kahuna

Marco Fontebasso

Business Development Director, Kahuna

Il corso in pillole:

Come usare l'online per vendere offline, ovvero fondere l'esperienza fisica e digitale nei vari touchpoint.

Il panorama della vendita al dettaglio si sta evolvendo. Ciò che vediamo ora sono solo i primi segni di una rivoluzione che sconvolgerà completamente l'esperienza del cliente retail.

Nei prossimi anni la fusione dei mondi

fisico e digitale sarà totale. Infatti, parlare di “sessione online” è ormai obsoleto: oggi non si “va” più online, si “vive” online. La connessione costante non ha trasformato solamente i comportamenti, ma anche le aspettative.

Ora più che mai ci rivolgiamo ai nostri dispositivi nei momenti generati da intenzioni reali, quando desideriamo imparare, informarci o acquistare qualcosa, aspettandoci risposte immediate e pertinenti.

Si tratta di occasioni chiave per le aziende, perché identificano i momenti in cui vengono prese le decisioni e si definiscono le proprie preferenze: sono i momenti che contano.

Il drive to store consente di creare un'efficace strategia, che porti un utente che sta navigando da smartphone a decidere di visitare un punto vendita fisico e acquistare non sull'e-commerce e di tracciare la conversione.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Mercoledì 14 marzo 2018
14,30 - 17,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolo Serra

CEO, Kahuna

Marco Fontebasso

Business Development Director, Kahuna

Il corso in pillole:

Qual è il reale impatto dell’advertising sulle vendite? Con i modelli di attribuzione è possibile abbinare le vendite a specifiche inserzioni, all’ora e al canale esatto.

Nel moderno e frammentato panorama mediatico, il percorso del consumatore nel processo di acquisto si è evoluto in un tortuoso viaggio tra diversi punti di contatto online e offline, un fatto che rende ancora più difficile per i marketer capire il ritorno sugli investimenti. Questo spostamento ha causato la necessità per il marketing manager di passare a strumenti di misurazione più precisi e basati sui dati, al fine di prendere decisioni di marketing veramente consapevoli. Con attribution

modeling si intende il processo di identificazione di un insieme di azioni compiute dal consumatore, definiti “eventi” (non solo internet, ma anche tv, radio etc.) cui assegnare un valore, che conducono all’acquisto o all’intenzione d’acquisto o a compilare un form di contatto. Tale processo ha inizio con la conoscenza del cliente. I brand hanno bisogno di capire chi e quanti sono i loro clienti, e in che modo il valore di questi clienti cambia nel tempo. Spesso questi modelli, specialmente quelli che prendono in esame le conversioni individuali, risultano spesso deludenti. Innanzitutto, sono incompleti. Non prendono in considerazione l’intero processo di acquisto del consumatore. Possono ignorare aspetti quali le interazioni online su diversi dispositivi e l’influenza di elementi offline come televisione, passaparola e precedenti interazioni del cliente con l’azienda. Diventa persino difficile stabilire se sono state prese in esame le interazioni che più hanno influenzato la decisione di acquisto. La sfida di oggi è quella di sviluppare modelli di attribuzione in grado di rispondere alla domanda più difficile, quale canale ha realmente spinto il consumatore all’acquisto?





ANALYTICS, CRM, DMP: COME IMPOSTARE LA PROPRIA DATA STRATEGY



Quando

Mercoledì 13 dicembre 2017

Mercoledì 22 novembre 2017

10,00 - 13,00

Dove

Salone UPA

Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paolo Serra

CEO, Kahuna

Marco Fontebasso

Business Development Director, Kahuna

Il corso in pillole:

- Da analytics e CRM alla DMP: un cambio di prospettiva.
- Cosa puoi fare con i tuoi dati?
- Come puoi procurarti i dati che non hai e che ti servono?
- A cosa serve una DMP?
- Differenze fra DMP di agenzia e di azienda.
- Alcune case histories di come attivare una DMP.
- Le DMP per attribution modelling e drive to store.
- Come analizzare il successo di un'iniziativa di comunicazione azionata attraverso DMP.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





INCONTRO CON GOOGLE: APPLICAZIONI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER L'ADVERTISING



Quando

Giovedì 16 novembre 2017
9,30 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Paola Marazzini

Agency Director, Google Italy

Luciano Cantoni

*Head of Branding and Performance
Solutions; Google Italy*

Il corso in pillole:

- Intelligenza artificiale / Machine learning: what's next for Google;
- Immersive TECH experience (prova prodotti tech Google) + case creative legate alla tecnologia;
- Audience strategy resa possibile dall'intelligenza artificiale;
- Advertising implementation grazie all'intelligenza artificiale..

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





DALL'E-COMMERCE AL NET RETAIL: NUOVI COMPORTAMENTI D'ACQUISTO E IBRIDAZIONI DIGITALI FRA COMUNICAZIONE E RETAIL



Quando

Mercoledì 8 novembre 2017
10,00 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Giacomo Fusina

CEO, Human Highway

Martina Vignati

*Data Analyst and Market research,
Human Highway*

Andrea Boaretto

Founder & CEO, Personalive

Il corso in pillole:

- Trend di sviluppo dell'e-commerce.
- Dall'e-commerce al net retail.
- Dal purchasing path al multichannel customer journey: visioni e approcci con particolare riferimento al ruolo del brand.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



“LIBRO BIANCO SULLA COMUNICAZIONE DIGITALE: ILLUSTRAZIONE E DIBATTITO”



Quando

Mercoledì 19 luglio 2017
10,30 - 12,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Lorenzo Sassoli de Bianchi

Presidente; UPA

Giovanna Maggioni

Direttore Generale, UPA

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Il corso in pillole:

- Significato e valore del libro Bianco
- Quali temi concreti interessano le aziende?
- Illustrazione del Libro Bianco
- Quali sono i punti qualificanti immediatamente azionabili dalle aziende? Alcuni esempi
- La trasparenza della comunicazione commerciale online:
- Altri temi digital non discussi nel Libro Bianco
- Temi all'ordine del giorno per la fase 2 del Libro Bianco in autunno

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Lunedì 15 maggio 2017
14,30 - 17,30

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Riccardo Rosotto

*Avvocato, Studio Legale
R&P Legal*

Mauro Festa

*Avvocato, Studio Legale
LegalFor*

Giuseppe Vaciago

*Avvocato, Studio Legale
R&P Legal*

Il corso in pillole:

1. Risoluzione del parlamento europeo 16 febbraio 2017: raccomandazioni alla Commissione concernenti norme di diritto civile sulla robotica (1015/2013(INL)
2. Riflessi etici e sociali derivanti dall'introduzione delle A.I.
3. Riflessi giuridici connessi ad alcune tecnologie già operative: Chatbots/Blockchain/Alexa/Ross etc.
4. Cybersecurity





INTELLIGENZA ARTIFICIALE: INQUADRAMENTO FILOSOFICO E APPLICAZIONI PRATICHE PER IL MARKETING



Quando

Martedì 11 aprile 2017
9,30 - 13,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Cosimo Accoto

Visiting Scientist, MIT

Marco Cossutta

Partner, Reply

Stephen Edwards

*Head of Emerging Ad Products EU,
Amazon*

Il corso in pillole:

- Dal digitale all'artificiale: un viaggio esplorativo tra filosofia, tecnologia e diritto
- Artificial intelligence in action: casi e best practice per l'utilizzo dell'artificial intelligence.
- Introducing Alexa - how Amazon is helping customers to engage with services and devices through voice?

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





Quando

Venerdì 10 febbraio 2017
12,30 - 15,00

Dove

Salone UPA
Via larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Elisa Lupo

*Country Manager Italy,
Integral Ad Science*

Paul Nasse

*Commercial Director EMEA,
Integral Ad Science*

Paul Nasse

*Commercial Director EMEA,
Integral Ad Science*

Il corso in pillole

Perchè parlare di verification?

Media quality:

- cos'è
- come può influenzare i sistemi di attribuzione
- l'importanza di stabilire la propria "brand baseline"

Ad Fraud:

- cosa si intende per ad fraud?
- come avviene?

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

Quando

Giovedì 10 novembre 2016
ore 10.00 -13.00

Dove

Mediobanca,
via Filodrammatici 3
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Paola Furlanetto

Founding partner at A+

Nenè Harrison

*Founding Partner at Eley Consulting,
Digital Media / Ad Tech Advisor*

Il corso in pillole

Media Transparency

- Debriefing delle linee guida Media Transparency dell'ANA e visione associativa

Ad Verification Tools

- Approfondimento tecnico sui sistemi di ad verification e reportistica da richiedere (anche scadenze di richiesta)

Auditing model

- Intro all'auditing, compliance
- Checklist: cosa richiedere
- Case history

Arbitraggio

- Modelli di arbitraggio

DN e mediation

- DN nel programmatic buying: funzionamento concreto

**DI_
GI_
TAL_
CO_
MM**



Quando

Giovedì 27 ottobre 2016
ore 10.30 -13.30

Dove

Talent Garden
via Arcivescovo Calabiana 6
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Il corso in pillole

Misurare il programmatic in base agli obiettivi

- Campagne performance: opportunità (tutto misurabile) e limiti (cross device).
- Va bene il programmatic per il branding? Campagne branding: opportunità (meno dispersione) e limiti (come misurare i risultati del programmatic con le altre attività media), deduplicare la copertura, cross screen. Modello di attribuzione per aumentare le conversioni e creare efficienza.

Cosa posso verificare? Ad verification: come usarla su target, viewability, ad fraud

- Ad fraud
- Dati e considerazioni
- Ricerche

Ad verification tools

- Come funzionano
- Perché sono utili e a chi?

Come leggere i report

- Quali report richiedere, quali indicatori sono importanti e come interpretarli per il media mix



Quando

Giovedì 20 ottobre 2016
ore 10.30 -13.30

Dove

Accademia di Comunicazione
via Savona 112/A.
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Paolina Testa

Avvocato, Studio FTCC

Il corso in pillole

Categorizzazione dei dati

- Dati di prima, seconda, terza parte
- Dati di prima parte come raccoglierli e gestirli

Proprietà dei dati, aspetti legali

La piattaforma tecnologica DMP

- Come avviene il tracciamento in DMP e che tipo di dati può gestire.
- Come una DMP crea valore. Considerazioni in presenza / in assenza di una DMP.

Impatto dei dati sulla creatività

- Il ruolo del creative manager e le piattaforme che si utilizzano
- Formati e creatività
- Multimedia (connected T V)
- Guidelines creative per settore merceologico





PROGRAMMATIC BUYING VISTO DALL'AZIENDA - APPROFONDIMENTO 1 COME ORGANIZZARSI PER FARE PROGRAMMATIC



Quando

Giovedì 13 ottobre 2016
ore 13.30 -16.30

Dove

Accademia di Comunicazione
via Savona 112/A.
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Il corso in pillole

Modelli di delega

- Definizione dei criteri dei modelli di delega
- Modello in-house, delega completa, ibrido

Criteri di scelta della filiera

- Ad tax, e si complica la struttura organizzativa, di fronte a questo quali sono i vantaggi? Lungo termine?
- Solo inserzionista e DSP
- Inserzionista + Trading desk + DSP
- Inserzionista + Trading desk + agenzia + DSP

Criteri di scelta del partner tecnologico

Quale DSP scegliere in base a determinati criteri e filiera dei costi

- Quale DMP scegliere
- Quali strumenti integrare e come sceglierli

Come organizzarsi internamente in azienda

- Quali competenze deve avere il team in base ai modelli di delega e come gestire i flussi
- Che competenze deve avere il profilo in azienda

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





PROGRAMMATIC BUYING VISTO DALL'AZIENDA - ENTRY LEVEL 2 DATI, NEGOZIAZIONE E STRUMENTI PER L'INSERZIONISTA DI OGGI



Quando

Giovedì 6 ottobre 2016
ore 14.30 -17.30

Dove

Accademia di Comunicazione
via Savona 112/A.
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Il corso in pillole

Big data e pubblicità, DMP

- Big data e come gestirli
- Metodi di raccolta dati
- Strumenti di raccolta dati
- Cross channelmarketing
- Dati e strumenti tecnologici
- Dati mobile (web & in-app)

Programmatic, RTB e metodi d'asta

- DSP e SSP, dinamiche di utilizzo

- Asta in tempo reale e Real Time Bidding(RTB)
- Come funziona un'asta in tempo reale
- Regola della second highest bid
- Modelli di calcolo e misurazione di biddable media
- Nuovi metodi di compravendita

Modelli e metodi di negoziazione

- Listino prezzi tabellare
- Compravendita tradizionale
- Compravendita automatizzata
- Criteri di negoziazione

Gli strumenti pre, durante e post campagna

- Video solutions e second screen solutions
- Cross marketing channel
- Tecnologie preo durante campagna
- Soluzioni retargeting
- Tecnologie post campagna e ad verification

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





PROGRAMMATIC BUYING VISTO DALL'AZIENDA - ENTRY LEVEL 1 LE BASI DELLA PUBBLICITÀ GUIDATA DAI DATI E IL PROGRAMMATIC



Quando

Giovedì 29 settembre 2016
ore 10.00-13.00

Dove

Accademia di Comunicazione
via Savona 112/A.
Milano

Chi sono i docenti

Luca Brighenti

Co-Founder, Lens Academy

Riccardo Guggiola

Co-Founder, Lens Academy

Il corso in pillole

Intro cosa è il programmatico panoramica mercato

- I concetti basilari
- Campagna programmatic vs campagna tradizionale
- Panoramica mercato e miti da sfatare
- Nuovi ruoli della filiera

La display advertising, i canali della pubblicità digitale e principali indicatori

Le origini della pubblicità guidata dai dati

- Dagli ad networks agli ad exchanges
- L'RTB (realtime bidding) VS modelli di prenotazione

Gli attori della filiera

- Inserzionista, editore
- Agenzie: centro media, trading desk
- Ad tech: DSP, SSP, DMP, other tools
- Ad Exchanges e altri attori

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM



Quando

Venerdì 6 maggio 2016
ore 9.30-13.00

Dove

Hotel Dei Cavalieri
(sala Carmagnola)
Piazza Missori 1, Milano

Chi sono i docenti

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Marta Valsecchi

*Direttore, Osservatorio Mobile B2c Strategy
Politecnico di Milano*

Federico Rocco

CEO, Kettydo+

Francesca Cavecchia

*Head of Social Media Marketing,
Resolution Media*

Paolo Capitelli e Maurizio Sala

Partners Reply

Andrea Campana

CEO, Beintoo

Livia Iacolare

Media Partnership Manager, Twitter Italia

Salvatore di Mari

Account Manager Lead, Twitter Italia

Il corso in pillole

- Introduzione ai lavori.
- Mobile B2c Strategy e Mobile Advertising: i trend in atto.
- Mobile Assets, quale strategia per una Customer Experience Journey di valore.
- Mobile Journey: dal consumo alla pianificazione.
- Le nuove opportunità di comunicazione tramite mobile: dalla creatività classica alla native, al virtual reality, all'advergame
- Come massimizzarne i benefici.
- Target People not Devices.
- Introduzione a Periscope.
- Introduzione a Video e Amplify.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





Quando

Martedì 28 aprile 2015
ore 12,00 - 15,00

Dove

Spazio Chiossetto (sala Sforza)
Via Chiossetto 20 - Milano

Destinatari

Legal, It, Marketing.

Chi sono i docenti

Paolina Testa

Studio FTCC

Andrea Giannangelo

Founder and Chairman at iubenda

Marco Cilia

Web Analytics Manager presso InTarget Group

Il corso in pillole

Il 3 giugno entrerà in vigore il Provvedimento del Garante Privacy che regola l'installazione dei cookie sui browser degli utenti internet.

Nel corso del communication lunch commenteremo il kit di implementazione del Provvedimento, che distribuiremo a tutte le aziende a breve, avvalendoci anche dell'ausilio di tecnici specializzati. L'incontro costituirà inoltre un'opportunità per rispondere a tutti gli altri dubbi applicativi del provvedimento.





INTERNET COME MEZZO PUBBLICITARIO. QUALI STRUMENTI PER OTTENERE UNA MIGLIORE ACCOUNTABILITY?



Quando

lunedì 23 febbraio 2015
Ore 14,00 – 17,30

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Come arrivare

MM1 Duomo
MM3 Missori

Chi sono i docenti

Giovanna Maggioni

Direttore generale, UPA

Alberto Vivaldelli

Responsabile digital, UPA

Stefania Bossi

Senior Client Support, Nielsen Company

Andrea Giovenali

Amministratore Delegato, Nextplora

Marco Ferrari

CEO, Turbo

Giovanni Strocchi

CEO, AdmantX

Il corso in pillole

- Monitoraggio investimenti pubblicitari e concorrenza
- Misurazione:
ad viewability/fraud/3ms
- Programmatic buying
- Ad misplacement
- Linee guida contrattuali upa con i centri media

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





LA POSTVALUTAZIONE DELLE CAMPAGNE ON LINE



Quando

Lunedì 19 maggio 2014
Ore 14,30 - 17,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Andrea Giovenali
Presidente Nextplora

Fabrizio Angelini
Ceo Sensemakers (Comscore)

Luca Bordin
*General Manager Media
Sales & Solutions Nielsen*

**DI_
GI_
TAL_
CO_
MM**

Quando

Giovedì 6 febbraio 2014
Ore 10,00 - 16,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Katie Stanton

*VP International Market Development,
Twitter,*

Andrew Somosi

CEO, Nielsen Social Guide

Corrado Massaro

Microsoft Advertising

Andrea Contino

Microsoft Advertising

Il corso in pillole

TWITTER

- International strategy and momentum in Italy.
- Twitter solutions for accelerating user engagement.
- Twitter and TV: cross platform audience engagement opportunities.

NIELSEN

- The Twitter TV consumer phenomenon.
- Turning Twitter TV audience energy into brand momentum.
- Nielsen Twitter TV Ratings – the leading tool in Twitter TV measurement.

MICROSOFT ADVERTISING

- L'advertising multiscreen di Microsoft con Xbox One, Skype e i device touch Windows 8.





INCONTRO DI FORMAZIONE SULL'INTEGRAZIONE DIGITALE AMAZON-GOOGLE-TWITTER



Quando

Giovedì 28 Novembre 2013
ore 10,00 - 16,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Stefania Scopelliti

Omnicom Media Group

Michele Giliberti, Dan Wright

Amazon

Paola Marazzini, Marianna Ghirlanda

Google

Sandro Marchetti

IAKI

Il corso in pillole

La collana di incontri dedicata all'integrazione digitale intende supportare le aziende nell'approcciare alcuni trend emergenti della pubblicità online: la sempre maggiore importanza del canale mobile, la necessità di presidiare con sempre maggior competenza contenuti di vario genere e di integrare tutti i diversi strumenti al servizio dei differenti obiettivi di comunicazione, dall'awareness all'acquisto/raccomandazione/advocacy. In questa seconda giornata hanno presentato il loro potenziale di innovazione Amazon e Google, contestualizzati e supportati dal punto di vista di un centro media. In conclusione sono state presentate alcune case history per un utilizzo strategico e consapevole di Twitter.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





INCONTRO DI FORMAZIONE SULL'INTEGRAZIONE DIGITALE FACEBOOK-YAHOO



Quando

Giovedì 21 Novembre 2013
ore 10,00 - 17,00

Dove

Hotel dei Cavalieri
piazza Missori 1 - Milano

Chi sono i docenti

Sandro Marchetti

IAKI

Alberto Mazzieri

Facebook

Andrea Di Fonzo

GroupM

Valeria Mazzon, Paola Patrini,

Chiara Ranno, Michela Calabrese

Yahoo

Il corso in pillole

La collana di incontri dedicata all'integrazione digitale intende supportare le aziende nell'approcciare alcuni trend emergenti della pubblicità online: la sempre maggiore importanza del canale mobile, la necessità di presidiare con sempre maggior competenza contenuti di vario genere, la necessità di integrare tutti i diversi strumenti al servizio dei differenti obiettivi di comunicazione, dall'awareness all'acquisto/raccomandazione/advacy. In questa prima giornata hanno presentato il loro potenziale di innovazione Facebook e Yahoo, contestualizzati e supportati dal punto di vista di un'agenzia creativa e di un centro media.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM





BIG DATA



Quando

Martedì 26 marzo 2013
ore 12,30 - 15,00

Dove

UPA
via Larga 13 - Milano

Chi sono i docenti

Cosimo Accoto

Analyst Advisor e Partner, OpenKnowledge

Il corso in pillole

Questo incontro ha avuto come scopo quello di definire il concetto di big data e di introdurre le implicazioni pratiche per la comunicazione delle aziende. L'argomento, molto vasto e trattato da uno dei massimi esperti del settore, Cosimo Accoto, sarà ripreso da UPA in momenti successivi sotto diversi aspetti: legali, tecnologici, organizzativi, marketing.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

Quando

Venerdì 17 febbraio 2012
ore 9,30 - 13,30

Dove

Mediateca di Santa Teresa
via Moscova 28 - Milano

Chi sono i docenti

Maurizio Mazzanti

E3

Mauro Lupi

Ammiro Partners

Amedeo Guffanti

77Agency

Francesca Ponassi

77Agency

Il corso in pillole

Nel corso della mattinata si sono discusse le caratteristiche dei social network dal punto di vista comunicativo e pubblicitario, con un approfondimento mirato sui tool di pianificazione per le campagne Facebook

Quando

Venerdì 3 febbraio 2012
ore 9,30 - 13,30

Dove

Mediateca di Santa Teresa
via Moscova 28 - Milano

Chi sono i docenti

Paola Marazzini

Google

Chiara Zanetta

LBI

Andrea Redaelli

INTARGET

Il corso in pillole

Nel corso della mattinata si sono affrontati i temi delle metriche e delle strategie per le attività di SEO e SEM, ponendo l'accento sulla crescente importanza della componente sociale nella visualizzazione dei risultati delle ricerche.

Quando

Venerdì 20 gennaio 2012
ore 9,30 - 13,30

Dove

Mediateca di Santa Teresa
via Moscova 28 - Milano

Chi sono i docenti

Marco Caradonna

Simple Agency

Barbara Bontempi

MediaCom

Fabio Bin

RCS

Il corso in pillole

Nel corso della mattinata si è parlato della strategia, della misurazione, dei formati e della creatività riguardanti la display advertising online, con particolare riferimento ai formati video.

Quando

Venerdì 15 aprile 2011
ore 10,00 - 17,00

Dove

Starhotel Rosa Grand
piazza Fontana 3 - Milano

Chi sono i docenti

Andrea Di Fonzo

Groupm Interaction

Layla Pavone

Isobar Communications

Luca Colombo

Facebook

Salvatore Ippolito

Wind

Maurizio Fionda

Diennea

Enrico Gasperini

Audiweb

Il corso in pillole

L'online non ha solo ampliato la platea dei mezzi utilizzabili dai marketer ma ha anche introdotto nuove logiche e dinamiche comunicative. Le piattaforme di condivisione (blog, forum, newsgroup), fra cui in modo preponderante i social media, hanno messo il consumatore in condizione di interagire con l'azienda; il mobile sta producendo nuovi comportamenti d'acquisto e nuove forme di interazione fra azienda e consumatore prima impossibili. Questi cambiamenti stanno sfidando fra le altre cose anche le indagini di misurazione delle audience.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

Quando

Venerdì 1 aprile 2011
ore 10,00 - 17,00

Dove

Mediateca Santa Teresa
via Moscova 28 - Milano

Chi sono i docenti

Paola Marazzini

Agency Head, Google Italia

Davide Mondo

Consigliere, IAB

Giorgio Gabrielli

Sales Director C&O, Microsoft

Marco Caradonna

CEO, Simple Agency

Nereo Sciutto

Consigliere, IAB

Il corso in pillole

Nella seconda giornata di formazione sul marketing digitale i relatori hanno analizzato in profondità i diversi tipi di comunicazione online - display, search, affiliation, social - le diverse tipologie di targeting disponibili, gli impatti dell'online sulle metriche media e di acquisto spazi.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

Quando

Venerdì 11 marzo 2011
ore 10,00 - 17,00

Dove

Mediateca Santa Teresa
via Moscova 28 - Milano

Chi sono i docenti

Roberto Binaghi

Presidente, IAB Italia

Fabiano Lazzarini

General manager, IAB Italia

Andrea da Venezia

Consigliere e Tesoriere, IAB Italia

Andrea Santagata

CEO, Banzai Media

Maurizio Mazzanti

*Direttore creativo esecutivo
e socio fondatore, E3*

Il corso in pillole

I temi analizzati nel corso della giornata:
le dimensioni del fenomeno internet,
l'impatto dell'online nelle strategie
marketing e media delle aziende, le
diverse piattaforme internet a disposizione
dei pianificatori, la creatività online e la
sua gestione in tempo reale.

DI_
GI_
TAL_
CO_
MM

CONTATTI

UPA // Utenti Pubblicità Associati

www.upa.it

Via Larga 13 - 20122 - Milano

T. +39 02 58303741

F. +39 02 58304443

Per informazioni sul contenuto dei corsi

alberto.vivaldelli@upa.it

raffaele.pastore@upa.it

patrizia.gilberti@upa.it

serena.piazzi@upa.it

Per informazioni generali e per accreditarsi

direzione@upa.it

info@upa.it

CON
TAT
TI