

PROGRAMMA

14 Gennaio - 13 Maggio 2022

MASTER IN STRATEGIE
DI COMUNICAZIONE
INTEGRATA



PREMESSA E CONTESTO

Il Comitato UPA Formazione, costituito da importanti Aziende associate ad UPA e da protagonisti di primo piano del mondo della comunicazione, si pone da oltre 30 anni l'obiettivo di fornire le conoscenze e gli strumenti utili per sviluppare le competenze dei professionisti della comunicazione e di facilitare l'incontro di giovani laureati di talento con il mondo del lavoro.

L'evoluzione dei touch point (digitali e non) tra le imprese e i consumatori resa possibile dai canali digitali ha ridefinito modelli di comunicazione e relazione.

In questo contesto Il Master in strategie di comunicazione integrata risponde all'esigenza delle aziende di porre particolare attenzione alla progettazione strategica e alla gestione di un mix sempre più complesso e articolato di piattaforme e modalità di comunicazione.

La nuova sfida per le aziende è quella di far giungere il "contenuto giusto alla persona giusta nel momento giusto" catturando la sua attenzione con contenuti di qualità e valore anche grazie ai sistemi di automazione e profilazione sempre più evoluti.

Si aprono nuovi spazi di ricerca e di formazione:

- Quali sono le migliori forme di comunicazione nel nuovo contesto?
- con quali linguaggi e narrazioni comunicare ad un utente sempre connesso in mobilità e con scarso tempo per la decodifica del messaggio?
- Come dare senso alla immensa quantità di informazioni che si possono raccogliere dai comportamenti digitali delle persone per trasformarli in azioni di marketing?

DESTINATARI E REQUISITI PER L'AMMISSIONE

Il Master offre a 15 giovani, laureati con un brillante percorso di studi e all'inizio della loro carriera professionale, l'opportunità di formarsi sui temi della comunicazione d'azienda e sulle nuove logiche di approccio al mercato.

Possono candidarsi laureati in qualsiasi disciplina, con forte interesse ad acquisire/ incrementare competenze in aree chiave del marketing e della comunicazione.

Requisito fondamentale è la conoscenza della lingua inglese.

La partecipazione è gratuita grazie alle Aziende del Comitato UPA Formazione che sponsorizzano la formazione degli allievi facendosi carico totalmente dei costi della didattica.

Si accede al Master tramite selezione. Un primo screening viene effettuato sulla base del curriculum vitae e il secondo step per i candidati selezionati prevede un colloquio diretto con l'interessato.

Il Master rappresenta un'occasione preziosa per chi è già entrato nel mondo del lavoro e vuole acquisire una visione aggiornata delle dinamiche di mercato e degli strumenti più efficaci per governarle.

Ogni anno, a completamento dell'aula, alcuni posti sono riservati a manager delle aziende associate a UPA.

MODALITÀ D'INSEGNAMENTO

Il Master alterna lezioni frontali e attività pratiche, condotte in aula da docenti di altissimo livello provenienti dal mondo accademico e professionale.

Sperimentazione attiva dei contenuti appresi e fiore all'occhiello del corso sono i project work, realizzati dai ragazzi in piccoli gruppi e basati su brief reali assegnati dalle aziende. Realizzati lungo tutta la durata del corso, con giornate dedicate al lavoro di gruppo, sono coordinati da un project work manager.

I progetti vengono presentati direttamente alle imprese assegnatarie dei brief in occasione della giornata di chiusura del Master.

PROGRAMMA

Articolato in 21 giornate d'aula tra gennaio e maggio, il corso si svolge a Milano presso la sede di UPA. Il Master prosegue fino a giugno per la realizzazione dei project work.

La frequenza è obbligatoria.

Tutti materiali didattici sono caricati sul sito di UPA nell'area riservata ai partecipanti.

Segue il calendario completo delle lezioni

CALENDARIO 2022

DAY 1 - Venerdì 14 Gennaio | ore 09.30-11.00

- Introduzione al Master

| ore 11.00-17.30

- Comunicazione e Paradigmi del futuro

Francesco Morace (Sociologo, scrittore. Presidente Future Concept Lab)

DAY 2 - Venerdì 21 Gennaio | ore 09.30-13.00

- Il ruolo della comunicazione nella gestione strategica di impresa

Massimiliano Bruni (Professore associato di Strategia e politica aziendale Università IULM Milano)

| ore 14.00-17.30

- Marketing tra strategie tradizionali e digitali

Alberto Mattiacci (Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese, PhD Sapienza, Università di Roma Luiss Business School, Roma, Milano e Belluno)

DAY 3 - Venerdì 28 Gennaio | ore 09.30-13.00

- Strategie di comunicazione e business model

Carlo Alberto Carnevale-Maffé (Strategic Management Università Bocconi)

| ore 14.00-17.30

- Brand e identità di marca

Elisabetta Baldini (Brand Consultant Director at Inarea)

DAY 4 - Sabato 29 Gennaio | ore 09.30-13.00

- La centralità del dato e gli strumenti per gestirlo
Giovanni Giuffrida (CEO e Co-Founder, Neodata Ricercatore presso Università di Catania, dipartimento di Scienze Politiche e Sociali)

DAY 5 - Venerdì 04 Febbraio | ore 09.30-17.30

- Progettazione di una strategia di digital marketing
Marco Ronchi (CEO Twig)
- Dal branding alla vendita integrando offline e online MODULO ONLINE
Gianluca Diegoli (Consultant & Temp Manager)

DAY 6 - Venerdì 11 Febbraio | ore 09.30-13.00

- Brand reputation online e offline
Santina Giannone (Founder ReputationLab)
| ore 14.00-17.30
- L'evoluzione delle ricerche tra consumo e audience
Raffaele Pastore (Direttore Generale UPA)
Davide Crestani (Direttore Tecnico e Scientifico Auditel)
Marco Rossella (Responsabile Marketing Audiweb)
Michele Casali (Coordinatore Comitato Tecnico Audioutdoor)

DAY 7 - Venerdì 18 Febbraio | ore 09.30-12.00

- Project work
Presentazione brief
| ore 12.00-13.00
- Dal branding alla vendita integrando offline e online
Gianluca Diegoli (Consultant & Temp Manager)
| ore 14.00-17.30
- Project work
Presentazione brief
- Lo scenario dei media e il mercato dell'advertising MODULO ONLINE
Alberto Dal Sasso (Nielsen Adintel/RAM Mediterranean Cluster Leader, Consigliere Delegato Nielsen Media Italy)

PROJECT DAY - Giovedì 03 Marzo | ore 09.30-17.30

- Project work

DAY 8 - Venerdì 04 Marzo | ore 09.30-17.30

- Strategie e piani media
Luca Marinaro (Managing Director Zenith)

DAY 9 - Sabato 05 Marzo | ore 09.30-13.00

- Strumenti operativi per il media planning
Rodolfo Rotta Gentile (Direttore Marketing e Responsabile Ricerca e Sviluppo di Media Consultants)

DAY 10 - Venerdì 11 Marzo | ore 09.30-17.30

- Programmatic buying & creative
Luca Brighenti (Entrepreneur | Business owner)

DAY 11 - Venerdì 18 Marzo | ore 09.30-17.30

- L'ecosistema Google-YouTube
Rosella Serra (Advertising Industry Relations Manager Google Italy)
- Alla scoperta della Search, da fonte di insight a canale di vendita
Brunella Ferraro (Sales Manager Google)

DAY 12 - Giovedì 24 Marzo | ore 09.30-17.30

- Listening, writing, speaking
Alessandro Lucchini (Socio, Palestra della scrittura)

DAY 13 - Venerdì 25 Marzo | ore 09.30-13.00

- Funnel e customer journey per il SEM
Marco Biagiotti (Innovation Manager)

| ore 14.00-17.30

- Branded Content & Entertainment
Anna Vitiello (Direttore OBE Academy)

DAY 14 - Venerdì 08 Aprile | ore 09.30-13.00

- Creatività e nuove forme di comunicazione multimediale
Emanuele Nenna (Executive Board Member di Dentsu Italia, Presidente di UNA-Aziende della Comunicazione Unite)

| ore 14.00-17.30

- Project work

DAY 15 - Venerdì 22 Aprile | ore 09.30-17.30

- L'evoluzione dei media classici MODULI ONLINE
Walter Bonanno (Amministratore delegato Piemme)
Michele Casali (Marketing & Data Director IGPDecaux)
Alfredo Coco (Direttore Brand On Solutions Mediamond)
Antonella Di Lazzaro (Direttore Trade Marketing e Iniziative Speciali RAI Pubblicità)
- From Personal Branding to Brand Reputation on LinkedIn MODULO ONLINE
Luca Scarselletta (Product&Publisher Director WebAds, LinkedIn Marketing Solutions Exclusive Partner in Italia)

PROJECT DAY - Giovedì 28 Aprile | ore 09.30-17.30

- Project work

DAY 16 - Venerdì 29 Aprile | ore 09.30-17.30

- Social Media Content Strategy
- Progettare e sviluppare una campagna di social media advertising
- Creare annunci e inserzioni pubblicitarie sui Social Network MODULO ONLINE
- Impostare la Social Bio e identificare competenze MODULO ONLINE
- Personal brand Storytelling e visual Storytelling MODULO ONLINE
Leonardo Bellini (Digital Marketing Strategist | Fondatore di DML e LinkedIn For Business)

PROJECT DAY - Giovedì 05 Maggio | ore 09.30-17.30

- Project work

DAY 17 - Venerdì 06 Maggio | ore 09.30-13.00

- Il quadro normativo
Paolina Testa (Partner dello studio associato FTCC)
| ore 14.00-17.30
- L'autodisciplina pubblicitaria
Vincenzo Guggino (Segretario Generale Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria)
Monica Margaretha Davò (Responsabile Comitato di Controllo Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria)
Salvatore Pastorello (Funzionario Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria)

DAY 18 - Venerdì 13 Maggio | ore 09.30-13.00

- Project work
| ore 14.00-17.30
- Masterclass

COMITATO UPA FORMAZIONE

I SOSTENITORI



I PROMOTORI

