

# PROGRAMMA

20 Gennaio - 26 Maggio 2023

Il Master prosegue fino a fine giugno per la realizzazione dei project work

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 34 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 under 30, 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. Sviluppati 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 23 giornate d'aula tra gennaio e giugno, il corso si svolge a Milano presso la sede di UPA.

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 2023

### DAY 1 - Venerdì 20 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 27 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 3 Febbraio | 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 - Venerdì 10 Febbraio | ore 09.30-13.00**

- Dal Brand Purpose al Brand Activism  
**Elisabetta Corazza** (Digital Marketing & Strategist Consultant)

| ore 14.00-17.30

- Brand Reputation online e offline  
**Santina Giannone** (Founder Reputation Lab)

#### **DAY 5 - Sabato 11 Febbraio | ore 09.30-13.00**

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

#### **DAY 6 - Venerdì 17 Febbraio | ore 09.30-17.30**

- Digital strategy. Un approccio design driven  
**Marco Ronchi** (CEO Twig)

#### **DAY 7 - Sabato 18 Febbraio | ore 09.30-13.00**

- Dal branding alla vendita integrando offline e online (DA REMOTO)  
**Gianluca Diegoli** (Consultant & Temp Manager)

#### **PROJECT DAY - Giovedì 2 Marzo | ore 09.30-17.30**

- Project work  
Presentazione brief

#### **DAY 8 - Venerdì 3 Marzo | ore 09.30-13.00**

- Lo scenario dei media e il mercato dell'advertising  
**Marco Robbiati** (Research & Market Insight Director, Omnicom Media Group)

| ore 14.00-15.30

- Lo scenario dei media e il mercato dell'advertising  
**Alberto Dal Sasso** (Nielsen Adintel/RAM Mediterranean Cluster Leader, Consigliere Delegato Nielsen Media Italy)

| ore 15.30-17.30

- L'evoluzione delle ricerche tra consumo e audience  
**Giuliana Schenone** (Direttore Studi e Ricerche UPA)  
**Davide Crestani** (Direttore Tecnico e Scientifico Auditel)  
**Michele Casali** (Coordinatore Comitato Tecnico Audioutdoor)

#### **PROJECT DAY - Giovedì 9 Marzo | ore 09.30-17.30**

- Project work

#### **DAY 9 - Venerdì 10 Marzo | ore 09.30-17.30**

- L'evoluzione dei media classici

**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)

#### **DAY 10 - Venerdì 17 Marzo | ore 09.30-17.30**

- L'ecosistema Google-Youtube

**Rossella Serra** (Advertising Industry Relations Manager Google Italy)

- Alla scoperta della search, da fonte di insight a canale di vendita

**Brunella Ferraro** (Sales Manager Google Italy)

#### **DAY 11 - Sabato 18 Marzo | ore 09.30-13.00**

- Funnel e customer journey per il SEM (DA REMOTO)

**Marco Biagiotti** (Innovation Manager)

#### **DAY 12 - Venerdì 24 Marzo | ore 09.30-17.30**

- Influencer Marketing

**Matteo Pogliani** (Partner e Head of Digital di Openbox, Founder dell'ONIM, Osservatorio Nazionale Influencer Marketing )

#### **DAY 13 - Venerdì 31 Marzo | ore 09.30-17.30**

- Strategie e piani media

**Luca Marinaro** (Managing Director Zenith)

#### **DAY 14 - Sabato 1 aprile | ore 09.30-13.00**

- Strumenti operativi per il media planning (DA REMOTO)

**Rodolfo Rotta Gentile** (Direttore Marketing e Responsabile Ricerca e Sviluppo di Media Consultant)

#### **DAY 15 - Venerdì 14 Aprile | ore 09.30-17.30**

- Programmatica buying & creative

**Luca Brighenti** (Entrepreneur/ Business owner)

## DAY 16 - Venerdì 21 Aprile | ore 09.30-13.00

- Creatività e nuove forme di comunicazione

**Emanuele Nenna** (Executive Board Member di Dentsu Italia, Presidente di UNA-Aziende della Comunicazione Unite)

| ore 14.00-17.30

- Branded content & entertainment

**Anna Vitiello** (Direttore OBE Academy)

## DAY 17 - Venerdì 5 Maggio | 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)

## DAY 18 - Venerdì 12 Maggio | ore 09.30-15.30

- Come scrivere contenuti efficaci su LinkedIn

**Leonardo Bellini** (Digital Marketing Strategist | Fondatore di DML e LinkedIn For Business)

| ore 15.30-17.30

- From Personal Branding to Brand Reputation on LinkedIn

**Luca Scarselletta** (Product & Publisher Director WebAds, LinkedIn Marketing Solutions Exclusive Partner in Italia)

## PROJECT DAY - Giovedì 18 Maggio | ore 09.30-17.30

- Project work

## DAY 19 - Venerdì 19 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 20 - Venerdì 26 Maggio | ore 09.30-17.30

- Listening, writing, speaking

**Alessandro Lucchini** (Socio, Palestra della scrittura)

# COMITATO UPA FORMAZIONE

## I SOSTENITORI



## I PROMOTORI

