

**ALLEGATO - PIANO DIDATTICO E SCHEDA INFORMATIVA****1) PIANO DIDATTICO**

<b>TITOLO</b>	<b>Digital Business Development - sviluppo del business e dei canali digitali</b>
<b>TIPOLOGIA DI CORSO</b>	Master di I livello
<b>N. EDIZIONE</b>	VI
<b>LINGUA</b>	<i>Italiano</i>
<b>DIPARTIMENTO DI AFFERENZA</b>	Scienze Aziendali
<b>DIRETTORE</b>	Daniela Andreini
<b>COMMISSIONE DEL MASTER</b>	Daniela Andreini; Mara Bergamaschi; Cristina Bettinelli; Giuseppe Pedeliento; Andrea Gnerre; Luciano Tolomei; Davide Corna
<b>OBIETTIVI FORMATIVI</b>	<p>I recenti avvenimenti emergenziali hanno dimostrato che la digitalizzazione dei processi aziendali non è più un'opzione ma una priorità aziendale. Strategia, marketing, supply chain e comunicazione aziendale devono volgere verso nuovi modelli di business maggiormente digitalizzati. Questo master ha l'obiettivo di formare figure professionali in grado di affrontare e sviluppare la trasformazione digitale delle imprese, con particolare riferimento ai canali commerciali, marketing e comunicazione, con il supporto di un'analisi specifica dei dati (data driven). Il Master in Digital Business Development si focalizzerà quindi sulla digitalizzazione dei processi esterni all'impresa (strategia, marketing, comunicazione, e-commerce e supply chain), ossia ai processi volti allo sviluppo dei business aziendali.</p> <p>L'obiettivo è quello di formare "innovatori digitali" e figure di "project management" in grado di supportare e sviluppare la digitalizzazione all'interno di imprese già avviate, e/o sviluppare attività imprenditoriali orientate all'innovazione digitale, e/o essere introdotti presso società di consulenza.</p> <p>Il master è prettamente in lingua italiana, ma alcuni corsi possono essere tenuti da docenti stranieri; la durata è di 12 mesi; la metodologia didattica è improntata sul learning by doing, con metodologie di coinvolgimento interattive, utilizzo pratico delle principali piattaforme di digital advertising e data analysis e apprendimento di tecniche innovative di business strategy, come il design thinking.</p> <p>La digitalizzazione ha molte sfaccettature e specializzazioni, per questo motivo i docenti sono esperti di specifici processi ed attività, tra cui marketing automation, social media marketing, Facebook Ads, demand generation, SEM, SEO, tag management, data analytics, ecc...</p> <p>Infine, lo sviluppo di un business project consentirà ai partecipanti di mettere in pratica le competenze e le conoscenze acquisite durante il percorso formativo. Attraverso questi casi reali di imprese i partecipanti al master, gli esperti di settori e docenti creano un eco-sistema di apprendimento virtuoso e un networking di valore.</p> <p><b><i>Il master in Digital Business Development è una proposta formativa innovativa per tre maggiori ragioni.</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diversamente dai master esistenti in Lombardia, si differenzia sostanzialmente perché consente una formazione più completa incentrata sullo sviluppo del business attraverso strumenti e canali. I master ad oggi esistenti, al contrario, si concentrano sulla digitalizzazione di un solo specifico ambito del business aziendale oppure introducono il digital business come un modulo di specializzazione.</li> <li>2. Il format è innovativo perché più del 75% delle lezioni saranno tenute da esperti digitali e da practitioner del mondo digital. I partecipanti al master dovranno quindi</li> </ol>

	<p>lavorare da subito con le aziende per risolvere reali casi di digital business apportati dalle imprese partner.</p> <p>3. Le imprese partner sono soprattutto aziende innovative e pilastri in settori quali digital communication, e-commerce, marketing, web analytics come per esempio Salesforce, Imaginars, BdueB, Oto Agency, Aruba, HubSpot, Facebook Italia, Tag Manager Italia.</p>																																																																																																																				
<b>SBOCCHI OCCUPAZIONALI</b>	Digital content manager; project manager; google campaign specialist; data analyst; social media strategist; social media manager; community manager; digital PR specialist; web & data analyst; SEO/SEM specialist; assistenti ai chief innovation officer e ai chief marketing officer; multichannel e supply chain junior manager; channel manager; e-reputation manager																																																																																																																				
<b>PIANO DIDATTICO E DESCRIZIONE DEI SINGOLI INSEGNAMENTI</b>	<p>Il corso ha durata annuale per complessive 1500 ore, per un totale di 60 crediti formativi universitari, ed è così articolato:</p> <p>360 ore di formazione didattica: 765 ore di formazione individuale (690 + 75 di laboratorio) 300 ore di tirocinio/progetto di ricerca/field project 75 ore di prova finale</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>INSEGNAMENTI</th> <th>SSD</th> <th>CFU</th> <th>Ore AULA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td colspan="2"><b>DIGITAL STRATEGY</b></td> <td><b>8</b></td> <td><b>64</b></td> </tr> <tr> <td>Strategia &amp; Digital Business Models</td> <td rowspan="3">SECS/P08</td> <td>3</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Customer Journey &amp; Design Thinking</td> <td>4</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>Team Building tra online e offline</td> <td>1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>DIGITAL MARKETING</b></td> <td><b>14</b></td> <td><b>112</b></td> </tr> <tr> <td>Growth Hacking &amp; Marketing tactics</td> <td rowspan="7">SECS/P08</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Digital Marketing &amp; Branding Overview</td> <td>3</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Data Analytics e Tag Manager</td> <td>4</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>Marketing Automation</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>SEO</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Personal Branding in LinkedIn</td> <td>1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>ADVERTISING &amp; MEDIA</b></td> <td><b>11</b></td> <td><b>88</b></td> </tr> <tr> <td>Ecosystem &amp; Programmatic Advertising</td> <td rowspan="6">SECS/P08</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Search Engine Advertising</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Social Media Advertising (FB,IG,TT)</td> <td>1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Copy writing &amp; Social Media Content</td> <td>3</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>CRO - Conversion Rate Optimization</td> <td>1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Video Interactive Communication</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>E-COMMERCE &amp; MULTICANALITA'</b></td> <td><b>8</b></td> <td><b>64</b></td> </tr> <tr> <td>Multicanalità e Piattaforma E-commerce</td> <td rowspan="2">SECS/P08</td> <td>5</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Dynamic Pricing</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Digital Business &amp; Law</td> <td>IUS/01 (1)</td> <td>1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>ENTREPRENEURSHIP</b></td> <td><b>4</b></td> <td><b>32</b></td> </tr> <tr> <td>Business Plan e Pianificazione</td> <td rowspan="2">SECS/P08</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Presentation and Pitch</td> <td>2</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Laboratorio Digital strategy</td> <td rowspan="3">SECS/P08</td> <td></td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Laboratorio Digital marketing</td> <td></td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>Laboratorio Advertising &amp; media</td> <td></td> <td>25</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Tot. Attività didattica frontale</b></td> <td><b>45</b></td> <td><b>360</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Attività di formazione individuale + laboratori</b></td> <td></td> <td><b>765</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Tirocinio/Progetto di ricerca/Field project</b></td> <td><b>12</b></td> <td><b>300</b></td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Prova finale</b></td> <td><b>3</b></td> <td><b>75</b></td> </tr> </tbody> </table>	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	Ore AULA	<b>DIGITAL STRATEGY</b>		<b>8</b>	<b>64</b>	Strategia & Digital Business Models	SECS/P08	3	24	Customer Journey & Design Thinking	4	32	Team Building tra online e offline	1	8	<b>DIGITAL MARKETING</b>		<b>14</b>	<b>112</b>	Growth Hacking & Marketing tactics	SECS/P08	2	16	Digital Marketing & Branding Overview	3	24	Data Analytics e Tag Manager	4	32	Marketing Automation	2	16	SEO	2	16	Personal Branding in LinkedIn	1	8	<b>ADVERTISING &amp; MEDIA</b>		<b>11</b>	<b>88</b>	Ecosystem & Programmatic Advertising	SECS/P08	2	16	Search Engine Advertising	2	16	Social Media Advertising (FB,IG,TT)	1	8	Copy writing & Social Media Content	3	24	CRO - Conversion Rate Optimization	1	8	Video Interactive Communication	2	16	<b>E-COMMERCE &amp; MULTICANALITA'</b>		<b>8</b>	<b>64</b>	Multicanalità e Piattaforma E-commerce	SECS/P08	5	40	Dynamic Pricing	2	16	Digital Business & Law	IUS/01 (1)	1	8	<b>ENTREPRENEURSHIP</b>		<b>4</b>	<b>32</b>	Business Plan e Pianificazione	SECS/P08	2	16	Presentation and Pitch	2	16	Laboratorio Digital strategy	SECS/P08		25	Laboratorio Digital marketing		25	Laboratorio Advertising & media		25	<b>Tot. Attività didattica frontale</b>		<b>45</b>	<b>360</b>	<b>Attività di formazione individuale + laboratori</b>			<b>765</b>	<b>Tirocinio/Progetto di ricerca/Field project</b>		<b>12</b>	<b>300</b>	<b>Prova finale</b>		<b>3</b>	<b>75</b>
INSEGNAMENTI	SSD	CFU	Ore AULA																																																																																																																		
<b>DIGITAL STRATEGY</b>		<b>8</b>	<b>64</b>																																																																																																																		
Strategia & Digital Business Models	SECS/P08	3	24																																																																																																																		
Customer Journey & Design Thinking		4	32																																																																																																																		
Team Building tra online e offline		1	8																																																																																																																		
<b>DIGITAL MARKETING</b>		<b>14</b>	<b>112</b>																																																																																																																		
Growth Hacking & Marketing tactics	SECS/P08	2	16																																																																																																																		
Digital Marketing & Branding Overview		3	24																																																																																																																		
Data Analytics e Tag Manager		4	32																																																																																																																		
Marketing Automation		2	16																																																																																																																		
SEO		2	16																																																																																																																		
Personal Branding in LinkedIn		1	8																																																																																																																		
<b>ADVERTISING &amp; MEDIA</b>		<b>11</b>	<b>88</b>																																																																																																																		
Ecosystem & Programmatic Advertising	SECS/P08	2	16																																																																																																																		
Search Engine Advertising		2	16																																																																																																																		
Social Media Advertising (FB,IG,TT)		1	8																																																																																																																		
Copy writing & Social Media Content		3	24																																																																																																																		
CRO - Conversion Rate Optimization		1	8																																																																																																																		
Video Interactive Communication		2	16																																																																																																																		
<b>E-COMMERCE &amp; MULTICANALITA'</b>		<b>8</b>	<b>64</b>																																																																																																																		
Multicanalità e Piattaforma E-commerce	SECS/P08	5	40																																																																																																																		
Dynamic Pricing		2	16																																																																																																																		
Digital Business & Law	IUS/01 (1)	1	8																																																																																																																		
<b>ENTREPRENEURSHIP</b>		<b>4</b>	<b>32</b>																																																																																																																		
Business Plan e Pianificazione	SECS/P08	2	16																																																																																																																		
Presentation and Pitch		2	16																																																																																																																		
Laboratorio Digital strategy	SECS/P08		25																																																																																																																		
Laboratorio Digital marketing			25																																																																																																																		
Laboratorio Advertising & media			25																																																																																																																		
<b>Tot. Attività didattica frontale</b>		<b>45</b>	<b>360</b>																																																																																																																		
<b>Attività di formazione individuale + laboratori</b>			<b>765</b>																																																																																																																		
<b>Tirocinio/Progetto di ricerca/Field project</b>		<b>12</b>	<b>300</b>																																																																																																																		
<b>Prova finale</b>		<b>3</b>	<b>75</b>																																																																																																																		

Ammontare complessive del Master	60	1500
<p>Articolazione interna dei singoli insegnamenti:</p>		
<p><b>INSEGNAMENTO DIGITAL STRATEGY- 64 ore 8 CFU:</b></p>		
<p><b>Strategia &amp; Business Models</b> (24 ore)</p>		
<p>Gli studenti affronteranno il concetto di business model descrivono il sistema delle attività e delle risorse che le imprese devono organizzare per guadagnare un reale vantaggio competitivo e ottenere l'intenzione all'acquisto dei clienti nel mercato di riferimento. In questo modulo gli studenti utilizzeranno il CANVAS come framework di riferimento per comporre il sistema delle risorse e delle attività chiave come componenti essenziali per costruire e analizzare i business model.</p>		
<p><b>Digital Strategy &amp; Design Thinking</b> (32 ore)</p>		
<p>L'obiettivo di questo modulo è quello di dare agli studenti strumenti decisionali volti a comprendere se, come e quale direzione dare allo sviluppo digitale di imprese operanti in diversi settori. Attraverso il design thinking questo modulo fornisce un'esperienza immersiva ed introduttiva nella metodologia del pensiero progettuale, incentrato nel metodo prototipale in sei fasi per l'innovazione. Il design thinking aiuta ad affrontare criticità di business al fine di sviluppare innovazione.</p>		
<p>Lo scopo principale del corso è quello di immergere gli studenti in un viaggio di apprendimento con il supporto di strumenti per ideare, lanciare, gestire con successo progetti di innovazione in qualsiasi tipo di industria ed organizzazione.</p>		
<p><b>Team Building</b> (ore 8)</p>		
<p>La capacità di lavorare in gruppo e lo sviluppo di soft skill, come la leadership, la gestione del tempo, l'organizzazione del lavoro in ambienti online ed offline sono alcune delle competenze che questo modulo si propone di potenziare. Inoltre, i partecipanti apprenderanno l'utilizzo di diverse piattaforme e applicazioni per la gestione dei team.</p>		
<p><b>INSEGNAMENTO DIGITAL MARKETING- 112 ore - 14 CFU:</b></p>		
<p><b>Growth Hacking &amp; Marketing tacticts</b> (16 ore)</p>		
<p>In questo modulo i partecipanti apprenderanno come sperimentare velocemente strategie e tattiche di digital marketing, attraverso una applicazione pratica guidata dal docente. Questa metodologia contribuisce a creare un vero e proprio sistema di crescita per le organizzazioni.</p>		
<p><b>Digital Marketing Overview</b> (24 ore)</p>		
<p>Questo modulo ha l'obiettivo di fornire agli studenti un linguaggio e una nozione comune delle leve di marketing digitale e la misurazione dei fenomeni di marketing digitale. Alla fine del modulo gli studenti avranno acquisito un linguaggio base che permetterà di poter seguire i moduli avanzati di digital marketing e comunicazione</p>		
<p><b>Data Analytics &amp; Tag Manager</b> (32 ore)</p>		
<p>Attraverso questi strumenti gli studenti potranno apprendere le tecniche per l'analisi dei dati, web analytics, per la misurazione e lo studio delle strategie di comunicazione digitale, il monitoraggio dei KPI e delle performance. Attraverso il lavoro con agenzie e società di consulenza specializzate, i partecipanti al master avranno la possibilità di apprendere le più innovative tecniche e metodologie i data analytics e tag manager</p>		
<p><b>Marketing Automation</b> (16 ore)</p>		
<p>Questo modulo sarà diviso in due parti Nella prima parte, attraverso lo studio e l'applicazione di tecniche di Marketing Automation gli studenti avranno modo di conoscere e mappare il ciclo di vita degli</p>		

utenti, approfondire le potenzialità dei principali canali digitali, disegnare customer journey multi-canali, apprendere i principali KPIs e come utilizzarli per migliorare costantemente le proprie campagne.

**SEO (16 ore)**

Questo modulo verterà sui principi della ottimizzazione dei siti web per i motori di ricerca, al fine di portare traffico. Fattori, strategie in base ai mercati di riferimento, strumenti utilizzati e KPI. Infine gli studenti approfondiranno le tecniche, strategie e strumenti per le campagne a pagamento sui motori di ricerca

**Personal branding in LinkedIn (8 ore)**

L'utilizzo strategico di LinkedIn e la sua ottimizzazione per il personal branding saranno oggetto di questo seminario, in cui gli studenti apprenderanno come ottimizzare la propria presenza su questo social media e sviluppare il proprio network professionale.

**INSEGNAMENTO ADVERTISING & MEDIA - 88 ore - 11 CFU:**

**Ecosystem & Programmatic Advertising (16 ore)**

In questo modulo verranno prese in rassegna tutte le forme di advertising, come per esempio il real time bidding, il programmatic etc. Verranno poi studiati e analizzati alcuni degli strumenti pubblicitari più importanti come il DMP (Data Management Platform), DSP (Demand-Side Platform) e il SSP (Sell-Side Platform).

**Search Engine Advertising (16 ore)**

Comprendere i meccanismi del "paid search ranking", creare una campagna di "search engine marketing" e valutare la sua efficacia sono alcuni obiettivi di questa parte di corso. I partecipanti avranno l'opportunità di applicare gli insegnamenti su reali casi di studio.

**Social Media Advertising (FB,IG,TT) (8 ore)**

In questo modulo verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per l'impostazione di campagne pubblicitarie attraverso i social network (Facebook, Youtube, Instagram, LinkedIn, ecc). Gli studenti apprenderanno a conoscere i vari canali social come strumento per promuovere e aumentare le vendite e le regole che sottostanno all'impostazione di campagne pubblicitarie sui social media.

**Copy writing & Social Media Content (24 ore)**

In questo modulo verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per comporre contenuti efficaci per i diversi social network (Facebook,, Instagram, LinkedIn, ecc). Gli studenti apprenderanno a conoscere i vari canali social come strumento per promuovere e aumentare li lead generation che sottostanno all'impostazione di una strategia e di un social media plan

**CRO - Conversion Rate Optimization (8 ore)**

In questo modulo gli studenti apprenderanno come ottimizzare le conversioni, ossia il miglioramento sistematico dei processi che consentono a un sito web di trasformare utenti in clienti.

**Video Interactive Communication (16 ore)**

In questa parte del corso verrà affrontata la video communication un linguaggio comune per diffondere i contenuti di brand online, messaggi pubblicitari e diffondere conoscenza.



## 2) SCHEDA INFORMATIVA

<b>TITOLO:</b>	<b>Digital Business Development - sviluppo del business e dei canali digitali</b>	
<b>SCADENZE:</b>	Apertura Iscrizioni	15/06/2023
	Chiusura iscrizioni	17/11/2023
	Elenco ammessi	Entro il 24/11/2023
	Immatricolazioni e pagamenti	dal 24/11/23 al 30/11/2023
<b>DATA DI AVVIO:</b>	12 gennaio 2024	
<b>MESE DI CONCLUSIONE:</b>	Dicembre 2024	
<b>CALENDARIO DELLE LEZIONI:</b>	Venerdì dalle 9.30 alle 18.30 Sabato dalle 9 alle 13 L'ultimo sabato di ogni mese le lezioni saranno anche nel pomeriggio	
<b>SEDE/I DELLE LEZIONI:</b>	Sedi dell'Università degli studi di Bergamo	
<b>CRITERI DI SELEZIONE: (In caso di superamento del numero massimo di iscritti)</b>	<p>La selezione verrà effettuata solo nel caso in cui il numero dei candidati aventi i requisiti richiesti sia superiore al numero massimo previsto. La Commissione del master effettuerà una selezione per titoli e curriculum vitae e formulerà una graduatoria di merito espressa in trentesimi, determinata sulla base dei seguenti criteri di valutazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 su 30 – voto di laurea (per quanto concerne i laureandi si terrà conto della media dei voti degli esami di profitto) <i>1-90 2 pt; 91-95 4 pt; 96-100 6 pt; 101-106 8 pt; 107-109 10 pt; 110 11 pt; 110 e lode 12 pt</i></li> <li>• 18 su 30 – eventuali titoli posseduti e pubblicazioni, attinenza degli studi agli argomenti trattati nel master, esperienze professionali nel settore <i>altra laurea 5 pt; master 4 pt; corso perfezionamento 2 pt; pubblicazioni 3 pt; attinenza degli studi sugli argomenti trattati nel corso 2 pt; esperienze professionali nel settore 2 pt</i></li> </ul> <p>In caso di pari merito sarà preferito il candidato più giovane</p>	
<b>DOCUMENTI INTEGRATIVI</b>	Curriculum vitae	