

PIANO DIDATTICO E SCHEDA INFORMATIVA

1) PIANO DIDATTICO

TITOLO	Digital Business Development - sviluppo del business e dei canali digitali
TIPOLOGIA DI CORSO	Master di I livello
N. EDIZIONE	VII
LINGUA	<i>Italiano</i>
DIPARTIMENTO DI AFFERENZA	Scienze Aziendali
DIRETTORE	Daniela Andreini
COMMISSIONE DEL MASTER	Daniela Andreini, Mara Bergamaschi, Cristina Bettinelli, Giuseppe Pedeliento, Davide Corna, Andrea Gnerre
OBIETTIVI FORMATIVI	<p>Questo master si propone di formare figure professionali altamente qualificate nell'affrontare e promuovere lo sviluppo digitale del business, con particolare attenzione ai settori chiave come i canali commerciali, il marketing e la comunicazione, sostenuti da un approccio innovativo e contemporaneo. Il Master in Digital Business Development approccia lo sviluppo del business digitale in modo olistico e mirato alle aree della: strategia, marketing, comunicazione, commerciali e vendita con i più innovativi strumenti diagnostici ed operativi di intelligenza artificiale, data-driven e marketing automation.</p> <p>L'obiettivo è quello di formare "project management" in grado di sviluppare attività strategiche ed operative di digital marketing, comunicazione digitale ed e-commerce all'interno di imprese già avviate, attività imprenditoriali, 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 e su metodologie di coinvolgimento interattive sincrone ed asincrone. Durante il master si apprenderà l'utilizzo pratico delle principali piattaforme di digital strategy, marketing, advertising, e-commerce, CRM e data analytics.</p> <p>La digitalizzazione dei business aziendali ha molte sfaccettature e specializzazioni, per questo motivo i docenti sono esperti di specifiche attività, tra cui marketing automation, social media marketing, E-mail marketing, demand generation, SEM, SEO, tag management, data analytics, e-commerce e ecc....</p> <p>Infine, attraverso un FIELD PROJECT (casi reali consulenziali) i partecipanti potranno mettere in pratica le competenze e le conoscenze acquisite durante il percorso formativo. Durante lo sviluppo di questi casi reali d'impresa, i partecipanti al master, gli senior consultant e docenti del master creano un eco-sistema di apprendimento virtuoso e un networking di valore.</p> <p>Il master in Digital Business Development è una proposta formativa innovativa per tre maggiori ragioni.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversamente dai master esistenti in Lombardia, si differenzia sostanzialmente perché consente una formazione più completa incentrata sullo sviluppo del business attraverso strumenti diversificati e aggiornati con le tecniche più innovative adottate nel settore della consulenza digitale. Da questo master escono professionisti in grado di <i>interloquire con diversi fornitori dei servizi digitali, in grado di prioritizzare gli investimenti in base agli obiettivi strategici dell'impresa.</i> 2. Il format è innovativo perché più del 75% delle lezioni saranno tenute da esperti digitali e da operatori del mondo digitale. Inoltre, metà del percorso sarà svolto

	<p>online e le aule in presenza saranno trasformate in vere e proprie palestre e laboratori di creazione di strategie, campagne e sviluppo di soluzioni digitali.</p> <p>3. Le imprese partner sono soprattutto aziende innovative e pilastri del digital marketing, communication, e-commerce e web analytics come per esempio Salesforce, Hubspot, BdueB, Omnicom Group, Aruba, SEMRUSH, Meta, Tag Manager Italia e tante altre.</p>																																																																																				
SBOCCHI OCCUPAZIONALI	Digital content manager; digital project manager; search engine 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 junior manager; channel manager; e-reputation manager																																																																																				
PIANO DIDATTICO E DESCRIZIONE DEI SINGOLI INSEGNAMENTI	<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: 204 ore lezione frontale 98 ore didattica a distanza 58 ore FAD- (e-learning)</p> <p>765 ore di formazione individuale (690 + 75 di laboratorio) 300 ore di tirocinio/progetto di ricerca/field project 75 ore di prova finale</p> <p>Al termine di ogni insegnamento è previsto un esame di profitto volto a conseguire i relativi cfu. Al termine del percorso è prevista l'elaborazione di una tesi di master che deve essere esposta e discussa in seduta pubblica.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>INSEGNAMENTI</th> <th>SSD</th> <th>CFU</th> <th>Ore didattiche totali</th> <th>ORE aula</th> <th>ORE DAD**</th> <th>ORE Fad*</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DIGITAL STRATEGY</td> <td></td> <td>6</td> <td>48</td> <td>24</td> <td>12</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>• Digital Strategy & Digital Business Models</td> <td>SECS/P08</td> <td>4</td> <td>32</td> <td>16</td> <td>8</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>• Customer Journey & Design Thinking</td> <td>SECS/P08</td> <td>2</td> <td>16</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>LABORATORIO Web & Brand Design</td> <td>SECS/P08</td> <td></td> <td>25</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>DIGITAL MARKETING</td> <td></td> <td>14</td> <td>112</td> <td>68</td> <td>28</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>• Digital Marketing & Ricerche di Mercato</td> <td>SECS/P08</td> <td>3</td> <td>24</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>• Content Marketing SEO & AI-based content</td> <td>SECS/P08</td> <td>5</td> <td>40</td> <td>24</td> <td>12</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>• Data Analytics e Tag Manager (certificazione)</td> <td>SECS/P08</td> <td>4</td> <td>32</td> <td>24</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>• Search Engine Optimization (SEO)</td> <td>SECS/P08</td> <td>2</td> <td>16</td> <td>8</td> <td>4</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>LABORATORIO SEO & SEM Rush</td> <td>SECS/P08</td> <td></td> <td>25</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ADVERTISING & MEDIA</td> <td></td> <td>13</td> <td>104</td> <td>56</td> <td>30</td> <td>18</td> </tr> </tbody> </table>	INSEGNAMENTI	SSD	CFU	Ore didattiche totali	ORE aula	ORE DAD**	ORE Fad*	DIGITAL STRATEGY		6	48	24	12	12	• Digital Strategy & Digital Business Models	SECS/P08	4	32	16	8	8	• Customer Journey & Design Thinking	SECS/P08	2	16	8	4	4	LABORATORIO Web & Brand Design	SECS/P08		25				DIGITAL MARKETING		14	112	68	28	16	• Digital Marketing & Ricerche di Mercato	SECS/P08	3	24	12	8	4	• Content Marketing SEO & AI-based content	SECS/P08	5	40	24	12	4	• Data Analytics e Tag Manager (certificazione)	SECS/P08	4	32	24	4	4	• Search Engine Optimization (SEO)	SECS/P08	2	16	8	4	4	LABORATORIO SEO & SEM Rush	SECS/P08		25				ADVERTISING & MEDIA		13	104	56	30	18
INSEGNAMENTI	SSD	CFU	Ore didattiche totali	ORE aula	ORE DAD**	ORE Fad*																																																																															
DIGITAL STRATEGY		6	48	24	12	12																																																																															
• Digital Strategy & Digital Business Models	SECS/P08	4	32	16	8	8																																																																															
• Customer Journey & Design Thinking	SECS/P08	2	16	8	4	4																																																																															
LABORATORIO Web & Brand Design	SECS/P08		25																																																																																		
DIGITAL MARKETING		14	112	68	28	16																																																																															
• Digital Marketing & Ricerche di Mercato	SECS/P08	3	24	12	8	4																																																																															
• Content Marketing SEO & AI-based content	SECS/P08	5	40	24	12	4																																																																															
• Data Analytics e Tag Manager (certificazione)	SECS/P08	4	32	24	4	4																																																																															
• Search Engine Optimization (SEO)	SECS/P08	2	16	8	4	4																																																																															
LABORATORIO SEO & SEM Rush	SECS/P08		25																																																																																		
ADVERTISING & MEDIA		13	104	56	30	18																																																																															

• Search Engine Advertising	SECS/P08	2	16	8	4	4
• Display & Video Advertising	SECS/P08	3	24	12	8	4
• Meta Advertising	SECS/P08	1	8	8	6	2
• LinkedIn & Business Navigator	SECS/P08	2	16	8		
• AI-based Email Marketing & Automation	SECS/P08	2	16	8	6	2
• Video Interactive Communication	SECS/P08	2	16	8	4	4
• Digital Business & Law	IUS/01	1	8	4	2	2
LABORATORIO Design thinking for AI-based Email Marketing & Automation	SECS/P08		25			
E-COMMERCE & MULTICANALITA'		8	64	40	20	4
• Growth hacking & Project Management	SECS/P08	3	24	16	8	0
• Multicanalità e Piattaforme E-commerce	SECS/P08	5	40	24	12	4
ENTREPRENEURSHIP		4	32	16	8	8
• Business Plan e Budget di Marketing	SECS/P08	2	16	8	4	4
• Presentation and Pitch	SECS/P08	2	16	8	4	4
Tot. Attività didattica frontale		45	360			
Attività di formazione individuale (690) + laboratori (75)			765			
Tirocinio/Progetto di ricerca/Field project		12	300			
Prova finale		3	75			
Ammontare complessivo del Master			1500			

Articolazione interna dei singoli insegnamenti:

INSEGNAMENTO DIGITAL STRATEGY (n° 2 corsi) – 6 CFU:

Digital Strategy & Digital Business Models (32 ore)

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.

Customer Journey & Design Thinking (16 ore)

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.

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.

LABORATORIO Web & Brand Design (25 ore)

L'obiettivo del laboratorio di Web & Brand Design è dare a ogni partecipante gli strumenti e il supporto per progettare, realizzare e mettere online una pagina web, attraverso l'utilizzo di Webflow. Per tale motivo si applicheranno concetti di visual design, di branding e di user experience all'interno di un webflow strutturato. Alla fine del laboratorio, i partecipanti avranno sviluppato un sito internet conforme alle regole del web e brand design.

INSEGNAMENTO DIGITAL MARKETING (n° 4 corsi) - 14 CFU:

Digital Marketing & Ricerche di mercato (24 ore)

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

Content Marketing SEO & AI-based content (40 ore)

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

Data Analytics & Tag Manager (32 ore)

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. Si prevede l'acquisizione di una certificazione su piattaforma Google analytics. 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 di data analytics e tag manager.

Search Engine Optimization (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.

LABORATORIO SEO & SEM Rush (25 ore)

Il laboratorio SEO & SEM Rush sarà suddiviso in due momenti:

1. La prima parte SEO ha l'obiettivo formativo di sviluppare lo stato di ottimizzazione tecnica di un sito web per i motori di ricerca utilizzando strumenti specifici. I partecipanti apprenderanno come utilizzare efficacemente i tag html, come scrivere per gli umani e farsi leggere dai robot, e come analizzare le performance UX, e le performance del codice per comunicare efficacemente con i developer.

2. Nella seconda parte del laboratorio, gli studenti apprenderanno l'utilizzo di SEM Rush, i suoi analytics e la sua reportistica, applicandoli ai propri siti internet e casi. Alla fine di questa seconda parte del laboratorio i partecipanti avranno la possibilità di ottenere una certificazione SEM Rush riconosciuta a livello internazionale.

INSEGNAMENTO ADVERTISING & MEDIA (n° 7 corsi) – 14 CFU:

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.

Display & Video Advertising (24 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).

Meta Advertising (8 ore)

In questo modulo verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per l'impostazione di campagne pubblicitarie attraverso i social network Meta e Instagram. Gli studenti utilizzeranno Meta come strumento per promuovere e aumentare le vendite, verificando ed apprendendo le regole che sottostanno all'impostazione di campagne pubblicitarie su questi canali.

Linkedin & Business Navigator (16 ore)

In questo modulo verranno approfondite le tecniche e gli strumenti per l'impostazione di campagne pubblicitarie in LinkedIn ed in particolare nel Business Navigator. L'utilizzo strategico di LinkedIn e la sua ottimizzazione per il personal e il corporate 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.

AI-based Email Marketing & Automation (16 ore)

Attraverso lo studio e l'applicazione di tecniche di Marketing Automation gli studenti avranno modo di conoscere e mappare il ciclo di vita degli 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.

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.

Digital Business & Law (8 ore)

Questo corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti le linee guida per districarsi fra le numerose e talora poco intuitive normative in tema di diritti digitali, privacy, e-labour & civil law, digital desk, attraverso una panoramica che, partendo dalla genesi dei diritti della rete (dichiarazione dei diritti di Internet, diritto all'oblio, net neutrality ecc.), tocchi i tratti fondamentali delle tematiche legate alla Data Protection, attraverso una ricognizione delle norme e degli strumenti di monitoraggio (Cookie Law), ed arrivi alle normative che rendano compliance le attività di e- quindi firma digitale, PEC, Fatturazione elettronica, conservazione della documentazione, concorsi a premi ecc

	<p>LABORATORIO Design thinking per l'AI-based Email Marketing & Automation (25 ore) Il design thinking sarà utilizzato per lo sviluppo di un flow di marketing automation, AI-based, sulla piattaforma learning di Hubspot, azienda leader nell'ambito dell'email marketing e del marketing automation e partner del Master DBD. Alla fine di tale laboratorio i partecipanti avranno la possibilità di acquisire alcune certificazioni di Hubspot riconosciute a livello internazionale.</p> <p>INSEGNAMENTO E-COMMERCE & MULTICANALITA' (n° 2 corsi) - 8 CFU: Growth Hacking & Business Intelligence (24 ore) 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>Multicanalità e E-commerce Platform (40 ore) il modulo si concentrerà sullo sviluppo commerciale dell'impresa nell'era digitale, focalizzandosi sulle strategie e sulle attività operative connesse allo sviluppo dell'e-commerce e del multichannel commerce. Esempi e casi concreti di multicanalità e platform e-commerce verranno approfonditi con alcuni dei protagonisti di diversi settori (retailing, manufacturing e service).</p> <p>INSEGNAMENTO ENTREPRENEURSHIP (n° 2 corsi)- 4 CFU: Business Plan e Marketing Budget (16 ore) In questa sessione si analizzerà la struttura di business model canvas e si trasmetteranno le conoscenze necessarie per sviluppare una idea di business, una analisi di mercato (per una start-up) e un piano finanziario basilare per il marketing digitale. Saranno sviluppate le competenze per implementare strategie mirate per ottimizzare la spesa e massimizzare i rendimenti degli investimenti.</p> <p>Presentation and Pitch (16 ore) Una presentazione efficace del proprio business plan (elevator pitch) o delle proprie idee e progetti è una competenza importante nel mondo del digital business. Questo modulo vedrà i partecipanti impegnati nel presentare i propri progetti e attività in modo efficace.</p>	
POSTI DISPONIBILI:	Max: 40	Min: 18
REQUISITI D'AMMISSIONE:	<p>Laurea triennale o magistrale a ciclo unico (D.M. 270/204 - D.M. 509/199 - vecchio ordinamento) o altro titolo conseguito all'estero, riconosciuto idoneo in base alla normativa vigente.</p> <p><i>Ai laureandi in difetto della sola prova finale è consentita l'iscrizione con riserva purché il titolo sia conseguito entro tre mesi dall'avvio del corso</i></p>	
ALTRI SOGGETTI AMMISSIBILI	<p>ISCRITTI A SINGOLI INSEGNAMENTI: Il titolo di studio richiesto per l'iscrizione ai singoli insegnamenti è quello richiesto per l'iscrizione al corso stesso. In mancanza del requisito di accesso richiesto, l'iscrizione al singolo insegnamento è consentita in qualità di uditore.</p>	
CONTRIBUTO	€ 6.500,00	
CONTRIBUTO SINGOLI INSEGNAMENTI	SINGOLI INSEGNAMENTI	COSTO SINGOLI INSEGNAMENTI
	DIGITAL STRATEGY	1.900 euro
	DIGITAL MARKETING	3.800 euro
	ADVERTISING & MEDIA	3.800 euro
	E-COMMERCE & MULTICANALITA'	2.500 euro
ENTREPRENEURSHIP	1.500 euro	

2) SCHEDE INFORMATIVE

TITOLO:	Digital Business Development - sviluppo del business e dei canali digitali																																																
SCADENZE:	Apertura Iscrizioni		17/06/2024																																														
	Chiusura iscrizioni		19/11/2024																																														
	Elenco ammessi		Entro il 25/11/2024																																														
	Immatricolazioni e pagamenti		dal 29/11/24 al 04/12/2024																																														
DATA DI AVVIO:	17 gennaio 2025																																																
MESE DI CONCLUSIONE:	Gennaio 2026																																																
CALENDARIO DELLE LEZIONI:	Venerdì dalle 9.30 alle 18.30 Sabato dalle 9 alle 13 L'ultimo sabato di ogni mese le lezioni saranno anche nel pomeriggio																																																
SEDE/I DELLE LEZIONI:	Sedi dell'Università degli studi di Bergamo																																																
CRITERI DI SELEZIONE: (In caso di superamento del numero massimo di iscritti)	<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"> • Voto di laurea fino a max. 12 punti del titolo richiesto per l'ammissione: laurea triennale o ciclo unico <table border="1" data-bbox="502 1086 1337 1198"> <tr> <td>110 e lode</td> <td>110</td> <td>109-107</td> <td>106-101</td> <td>100-96</td> <td>95-90</td> <td><90</td> </tr> <tr> <td></td> <td>12</td> <td>11</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> </tr> </table> <p>per i laureandi si terrà conto della media dei voti degli esami di profitto:</p> <table border="1" data-bbox="502 1294 1337 1406"> <tr> <td>30 e lode</td> <td>30</td> <td>29-28</td> <td>27-26</td> <td>25-24</td> <td>23-22</td> <td><22</td> </tr> <tr> <td></td> <td>12</td> <td>11</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> </tr> </table> • Ulteriori titoli di studio universitari fino a max. 14 punti - ulteriori titoli posseduti alla scadenza della preiscrizione: <ul style="list-style-type: none"> - altra laurea max. 5 pt: triennale 2 pt - magistrale 3 pt - corso di perfezionamento 2 pt; - corso di specializzazione 2 pt - master o dottorato max 5 pt: master di I livello 2 pt master di II livello 3 pt dottorato: 5 pt • Esperienza professionale nel settore fino a max. 4 punti da 1 a 5 anni 2 pt da 6 anni in poi 4 pt <p>In caso di pari merito sarà preferito il candidato più giovane</p>							110 e lode	110	109-107	106-101	100-96	95-90	<90		12	11	10	8	6	4							2	30 e lode	30	29-28	27-26	25-24	23-22	<22		12	11	10	8	6	4							2
110 e lode	110	109-107	106-101	100-96	95-90	<90																																											
	12	11	10	8	6	4																																											
						2																																											
30 e lode	30	29-28	27-26	25-24	23-22	<22																																											
	12	11	10	8	6	4																																											
						2																																											
DOCUMENTI INTEGRATIVI	Curriculum vitae																																																