

DIGITAL COMMUNICATION, CONTENT & SOCIAL MEDIA MARKETING

18 Ottobre 2021 Milano

MASTER FULL TIME
6 mesi di aula e 6 mesi di stage

NEL LAVORO, LA FORMAZIONE È TUTTO

COSTRUISCI IL TUO FUTURO CON I NOSTRI CORSI E MASTER, IN 12 AREE TEMATICHE, FULL E PART TIME, PER NEOLAUREATI E PROFESSIONISTI, ADATTI AD OGNI ESIGENZA:

ENTRARE NEL MONDO DEL LAVORO

full time di 6 mesi in aula/live streaming + 6 mesi di stage garantito

AGGIORNARSI SULLE NOVITÀ DEL MERCATO

Part time di 1 weekend in aula/live streaming

APPROFONDIRE LE COMPETENZE

Part time di 6/10 weekend in aula/live streaming, personal coaching e career development

COMPRENDERE MEGLIO SPECIFICHE AREE DI BUSINESS

Online di 4 mesi di project work, webinar e personal coaching



95%

nostri studenti confermati nel mondo del lavoro



240RE BUSINESS SCHOOL È:

01

AUTOREVOLEZZA

Un background economico-finanziario

02

BUSINESS ORIENTED

Top Manager come docenti

03

SU MISURA

Per tempo, spazio e costo

04

OPPORTUNITÀ

Un network di oltre 1000 aziende partner

05

INNOVAZIONE

Una didattica che anticipa le esigenze del mercato

SCOPRI
L'OFFERTA COMPLETA
DI 240RE BUSINESS SCHOOL

PARTNER































Introduzione

Il mondo della comunicazione e del marketina è in continua evoluzione, di conseguenza è divenuto essenziale avere un mindset orientato alla sperimentazione, al continuo aggiornamento e alla strategica analisi dello scenario. La progettualità è sempre più complessa e le nuove tecnologie permettono ai brand di sviluppare diversificate consumer journey, per questo è fondamentale essere consapevoli delle potenzialità dei mezzi, delle dinamiche e delle opportunità derivate dalle connessioni strategiche. Questo master permette di sviluppare conoscenze indispensabili per intraprendere un percorso professionale nel settore della comunicazione, fornendo modelli concreti e strumenti pratici insieme all'acquisizione di molteplici skills, sia strategiche, sia analitiche che progettuali.

GIOVANNA FERRERO Strategy Director

Kiwi



Nulla sarà come prima e con la pandemia COVID anche le professioni della comunicazione stanno vivendo un drastico ripensamento e un cambiamento di scenario senza precedenti. Una trasformazione epocale che stravolge ruoli, strumenti e linguaggi.

Alcuni settori storici della comunicazione come gli eventi devono riqualificarsi con nuovi format digitali, campagne pubblicitarie fondate sulla spensieratezza e sul famoso "there's a party" devono rivedere radicalmente i messaggi per comunicare appartenenza, caring e solidarietà.

La comunicazione interna e la responsabilità sociale di impresa assumono un ruolo fondamentale per rassicurare e motivare i dipendenti.

Nel Master troverete professionisti che lavorano da anni in aziende ed agenzie e che quindi coinvolgono gli studenti su project work innovativi, nell'analisi di casi pratici con una logica di laboratorio e grazie ai quali possiamo portare avanti una sfida molto importante: formare nuovi manager e professionisti della comunicazione per aiutarli a raggiungere brillanti obiettivi professionali nonostante uno scenario così mutevole.



LORENZO BRUFANI
Ceo
Competence Communication

Una volta era "tenere i contatti" con il cliente, raccogliere e interpretare le richieste, valutare e anticipare i bisogni. Oggi il ruolo dell'account è sempre più strategico e centrale nella vita dell'agenzia e durante il Master si svilupperanno tutte le skills oggi richieste: sviluppo del business, cultura digitale, gestione delle risorse esterne e interne all'agenzia, pensiero critico, budgeting e analisi economica, lavoro di gruppo e soft skills. La nuova

dimensione di un mestiere nell'era della comunicazione moderna.

MARCO BENADÌ Partner & Ceo Dolci Advertisina



In un mondo che cambia, in cui l'influenza dell'opinione pubblica è crescente, così come cresce la consapevolezza delle scelte di acquisto delle persone, anche Il ruolo delle aziende è in evoluzione. C'è sempre maggior attenzione da parte dei consumatori non solo ai prodotti che comprano, ma al come vengono prodotti, da chi, perché, con quale impatto. Per le aziende, non è più sufficiente fare un buon prodotto: questo deve rappresentare un sistema di valori del marchio al quale i consumatori possano aderire, nel quale i consumatori possano riconoscersi.

La Comunicazione Corporate ricopre quindi un ruolo centrale e strategico nel valorizzare il ruolo dell'azienda all'interno della società in cui è inserita, partendo dal "purpose" del brand per costruire la sua reputazione nei confronti del territorio in cui opera, delle comunità a cui si rivolge, degli stakeholder di riferimento.

Il Master oltre a insegnare le regole base della comunicazione, fornirà tutti gli strumenti utili a comprendere le sfaccettature di un mestiere, quello del comunicatore, che nel corso degli anni è diventato sempre più complesso e sfidante, e per questo ancora più avvincente.

SERGIO PISANO CEO Hill+Knowlton Strategies



Utilizzare, oggi, l'influencer marketing non significa seguire un trend, ma mettere a regime, in modo strategico, l'autorevolezza, la credibilità e il know-how di creator e opinion leader, facendone leva per innescare comunicazioni intorno alla marca, ma ancor di più per diminuire la distanza tra brand e utente. Una comunicazione quantomai "orizzontale" che fa perno sulla volontà di creare relazioni e umanizzare i brand stessi e che oggi diventa sempre più complessa da governare vista l'evoluzione di canali (TikTok, Twitch e Clubhouse solo per citarne alcuni) e contenuti (da earned media ai branded content).

Nel Master scoprirete, tra teoria e pratica, come dar vita ad una campagna sfruttando un approccio dalle forte connotazioni datadriven, trasformando il dato in insight e, conseguentemente, in un supporto utile a dare forma ai progetti, ottimizzandone al massimo le performance.



MATTEO POGLIANI
Partner & Head of Digital
Open-Box



CARATTERISTICHE DEL MASTER

CHI SEI

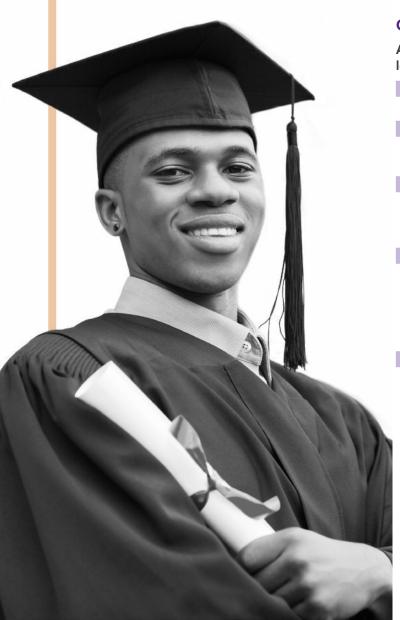
Giovane laureato o laureando in discipline socio-economiche, umanistiche, giuridiche, che sogna una carriera all'interno di funzioni comunicazione e marketing di aziende multinazionali, agenzie di comunicazione e Digital PR, Digital Agency, centri media, concessionarie di pubblicità o società di consulenza.

CHI DIVENTERAI

Un professionista della comunicazione che, grazie all'acquisizione di capacità tecniche, manageriali, metodologie e strumenti, è capace di sviluppare strategie di contenuto e advertising sempre più targettizzate e mirate e aumentare la Brand Awarness.

6 RAGIONI PER CANDIDARTI SUBITO

- Team Career Service dedicato per un servizio iper-personalizzato di orientamento alla carriera con costruzione profilo personale, simulazione di colloqui e job scouting individuale
- Stage di 6 mesi garantito e tassi di conferma post stage superiori al 95% nei più importanti Brand di settore
- Preparazioni alle Certificazioni Google
 Analytics e Google Ads; Certificazioni
 Hootsuite per la gestione dei social
 media; Certificazioni Hubspot per Digital
 Advertising; Certificazione di Campaign
 Manager
- Project work in collaborazione con prestigiose aziende. Nelle passate edizioni hanno collaborato: Ducati Scrambler, Starbucks, Beirsdorf, Scarpe&Scarpe e Fred Mello
- Company Visit. Alcune delle company visit delle precedenti edizioni: Ducati, Samsung, Pinko, Publicis Groupe, GroupM, Dentsu Aegis, L'Erbolario
- Corso di Business English a cura di EF



OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Al termine del percorso formativo d'aula, le aree prevalenti di inserimento sono:

- **Aziende** all'interno delle funzioni marketing e comunicazione
- Agenzie di comunicazione per attività di media relations, campagne pubblicitarie, sponsorizzazioni, eventi.
- Digital Agency come project manager, social media specialist, SEO e SEA/SEM specialist, Data analyst, Strategic Planner.
- Centri Media nella pianificazione strategica di campagne pubblicitarie, nell'acquisto di spazi sui media tradizionali e digitali, nella valutazione e misurazione degli effetti delle attività di comunicazione e marketing.
- Società di consulenza nell'affiancamento ai clienti nella progettazione, implementazione e gestione di progetti di marketing e comunicazione online e off line.

DURATA E STRUTTURA

Il Master, a tempo pieno, numero chiuso e frequenza obbligatoria, ha una durata complessiva di **12 mesi, 6 di aula e 6 di stage**.

Orari delle lezioni:

da lunedì a giovedì dalle 9.15 alle 17.15

Il Master è frequentabile anche interamente in modalità live streaming, con interazione real time con i docenti.

Per garantire il pieno rispetto del distanziamento sociale potrebbe essere necessario dividere i partecipanti in gruppi che si alterneranno nella fruizione della lezione in presenza oppure in Live Streaming.

METODOLOGIA DIDATTICA, AULA VIRTUALE E FORMAZIONE ONLINE

La didattica del master è basata su un approccio "learning by doing", ovvero si avvale oltre che delle sessioni d'aula, anche di simulazioni, project work, esercitazioni su casi reali, che consentono di applicare immediatamente quanto appreso in un costante confronto con gli altri studenti e con i docenti.

La docenza è affidata a professionisti, manager, imprenditori e consulenti del settore che, con una collaudata metodologia didattica, garantiscono un apprendimento graduale e completo delle materie.

I partecipanti avranno inoltre accesso alla **piattaforma eLearning** di 24ORE Business School, e potranno consultare: materiali didattici e dispense strutturate ad hoc; corsi online; chat e forum con i colleghi di master e i docenti.

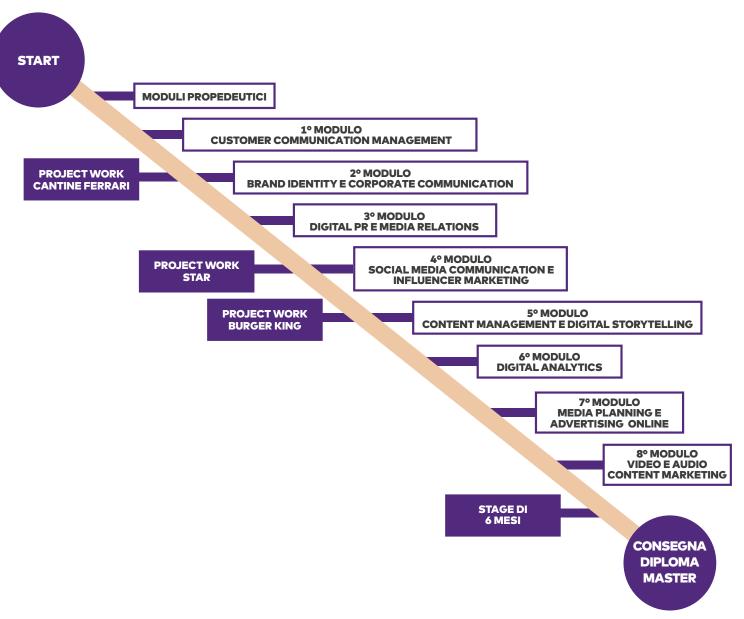
DIPLOMA E STAGE

Conseguimento del diploma di fine Master al superamento di:

verifiche periodiche

6 mesi di stage previsti al termine delle lezioni in aula

PERCORSO DIDATTICO





Moduli propedeutici

OBIETTIVI DIDATTICI

Attraverso questi corsi introduttivi, entriamo nel mondo dell'azienda e della funzione marketing. L'obiettivo è quello di avere una comprensione generale del funzionamento l'azienda, dalla creazione di una strategia e dalla scelta di un modello di business, passando per l'analisi della performance finanziaria. Si affrontano i Basic del Marketing per poi esplodere nei moduli successivi la leva di comunicazione nel processo di marketing.

AZIENDA E STRATEGIA

- Organizzazione aziendale
- Competitive Strategy
- Business Model Theory

ECONOMICS D'IMPRESA

- Financial Statements
- Budget di Marketing
- Business Plan

BASIC DI MARKETING

- Definizione e processo di marketing: marketing Analitico, Strategico e Operativo
- Elementi di Marketing Analitico: Segmentazione Targeting e Positioning
- Elementi di Marketing Operativo: Prodotto/Servizio, Pricing, Promotion e Placement

8 MODULI PER RAGGIUNGERE L'OBIETTIVO

1º modulo

CUSTOMER COMMUNICATION MANAGEMENT

OBIETTIVI DIDATTICI

In questo modulo si analizzano i cambiamenti della relazione tra Brand e Utenti che sono alla base delle nuove logiche e strategie di comunicazione.

Compresa questa premessa si entra **nel vivo del mondo della Digital Communication**.

TOUR EXPERIENCE

Una giornata nell'agenzia creativa: alla scoperta dei mestieri e delle professioni, dei misteri e delle tecniche della pubblicità



- Le nuove leve di engagement per raggiungere i consumatori sempre più connessi
- Intelligenza artificiale: opportunità e funzionamento
- Processi di automazione: come ottimizzare la gestione del CRM
- Precision Marketing e Omnicanalità
- Funzione reparto comunicazione nel contesto aziendale
- Agenzia pubblicitaria, processo creativo, produzione
- Centro Media e Concessionarie di Pubblicità

FOCUS

La creazione di un consumer journey

a cura di **Paola Sinagra**, Precision Marketing L'Oreal

- Il ruolo della strategia di comunicazione in azienda
- Modelli e framework per la definizione e lo sviluppo di strategie
- L'importanza dell'esperienza nell'evoluzione del Business
- Data Analytics: l'importanza della misurazione e dell'analisi

BRAND IDENTITY E CORPORATE COMMUNICATION

OBIETTIVI DIDATTICI

In questo modulo si acquisiscono gli strumenti per sviluppare, rafforzare e preservare la **Brand Identity** con un approfondimento particolare ai temi di **Sostenibilità Sociale d'impresa** e si analizzano i modelli di gestione e **Monitoring**.

- Corporate Communication, dal Purpose alla reputazione
- L'importanza della comunicazione interna e del committment dei dipendenti
- Le sfide della digitalizzazione
- Reputation e Crisis Management: la costruzione della reputazione e le strategie per preservarne la reputazione. Modelli di gestione di crisi e l'importanza del monitoring
- Fake News: cosa sono, come funzionano e strumenti di gestione
- Le tecniche di Sentiment Analysis: alert real time, rassegna stampa online, social network analysis, analisi della concorrenza, analisi tematica
- Social Responsability: sostenibilità aziendale e strategie CRS come opportunità di comunicazione

WORKSHOP

Crisis Management

Simulazione operativa di casi aziendali reali di crisi reputazionali



DIGITAL PR E MEDIA RELATIONS

OBIETTIVI DIDATTICI

Comprendere II ruolo delle PR e Media Relations all'interno del piano di comunicazione dell'azienda, come si sono evolute le realtà tradizionali con la digitalizzazione, dalla stesura del comunicato stampa alle relazioni, allo sviluppo del Digital Storytelling e dell'organizzazione degli eventi Digitali.

- Le relazioni con i Media, la stampa e le strategie di Digital PR
- Strumenti e figure coinvolte
- Processi di gestione per alimentare interesse e costruire l'opinione
- Come gestire le comunicazioni e la reputazione dell'azienda con i Media Partner
- Ufficio Stampa: ruolo ed evoluzione nell'era delle Digital PR
- Web Writing: tecniche di stesura di un comunicato stampa
- Brand Journalism: come generare valore attraverso contenuti editoriali
- Eventi Digital Driven

WORKSHOP

Eventi Digital Driven

Come la digitalizzazione rafforza l'esperienza della relazione tra la Marca e i Consumatori

DIGITALEVENTS

CONTENT MANAGEMENT & DIGITAL STORYTELLING

OBIETTIVI DIDATTICI

Nel modulo si acquisiscono le **tecniche** per **sviluppare contenuti efficaci** e **costruire una narrazione di marca** attraverso strumenti specifici e strategie mirate.

- Come funzionano i motori di ricerca e come ottimizzare i contenuti
- Il valore del Content Management e le tecniche di sviluppo
- Come misurare l'efficacia del contenuto
- Inbound Marketing: come attirare l'attenzione del consumatore attraverso la strategia di contenuti
- Comunicazione Unconventional: come generare WOM, sviluppare progetti moderni e raggiungere obiettivi convenzionali con metodi non convenzionali
- Branded Content: come raccontare la propria marca con contenuti editoriali e creatività narrative
- Storytelling & Transmedia Storytelling: la creazione di storie per media tradizionali, digitali e ibridi
- Come scrivere e capire un Brief: dalle indicazioni, alla definizione dei contenuti fino allo sviluppo

PROJECT WORK

Ideazione di una campagna di comunicazione digitale



WORKSHOP

Scrittura SEO e realizzazione di siti web in ottica UX per l'ottimizzazione e l'organizzazione dei contenuti.

FOCUS

Il Brand Entertainment nell'ambito della strategia di marketing e comunicazione

a cura di **Anna Vitiello** Head OBE - Osservatorio Brand Entertainment

5° modulo

SOCIAL MEDIA COMMUNICATION E INFLUENCER MARKETING

OBIETTIVI DIDATTICI

Come sviluppare **strategie di comunicazione sui canali social** per raggiungere specifici obiettivi, lavorando **Full Funnel** e sfruttando i diversi strumenti offerti dalle piattaforme.

- Social Media Strategy: definizione e sviluppo
- Come i canali social si inseriscono in un piano di comunicazione
- Ruolo e caratteristiche dei canali: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, Linkedin, Tik Tok e Snapchat
- Le metriche di misurazione
- Il ruolo delle app di messaggistica all'interno delle strategie di engagement: Whatsapp e Telegram
- Influencer Marketing: dalla definizione della strategia, al coinvolgimento, alla misurazione delle activation di breve o lungo termine
- L'evoluzione dei Social Media come Piattaforme di eCommerce

TESTIMONIANZA

Matteo Merigo Super Advisor LinkedIn

PROJECT WORK

Lo sviluppo di un piano di comunicazione per il Brand *Saikebon*



FOCUS

La Social Media Strategy nel settore sportivo

a cura di **Pierdamiano Tomagra** Digital Marketing Officer Juventus Football Club

PROJECT WORK

Pianificazione di una Digital Communication Strategy per l'eCommerce



DIGITAL ANALYTICS

OBIETTIVI DIDATTICI

L'obiettivo del modulo è comprendere come **analizzare i dati e trasformali in strategie di business** attraverso strumenti precisi e individuazioni di metriche.

- Principali metriche e strumenti di misurazione
- Come impostare la lettura dei dati e le dashboard di lavoro
- Data Visualization: perché è importante e come definirla
- Come costruire l'ecosistema di analisi e come tracciare i diversi dati mantenendo coerenza
- Modelli reportistici: come svilupparli e visualizzarli

FOCUS

Le infografiche: come utilizzarle per obiettivi di business

a cura di **Francesco Tissoni**

MEDIA PLANNING E ADVERTISING ONLINE

OBIETTIVI DIDATTICI

In questo modulo si imparerà a pianificare, monitorare e analizzare le performance delle campagne di Advertising in base agli obiettivi e alla strategia definita, partendo dai dati degli utenti fino all'ottimizzazione.

- Strumenti advertising nell'era digitale: paid media, owned media e bought
- Segmentazione e targeting per sviluppare messaggi mirati
- Media Planning: strategie offline e online attraverso i diversi mezzi
- Lo sviluppo di uno Spot in TV
- Il Programmatic Advertising: l'automazione dei processi di advertising
- Gli step di pianificazione e misurazione
- I diversi formati pubblicitari e i loro KPIs
- Advertising Law: il diritto della pubblicità e la regolamentazione

PROJECT WORK

Lo sviluppo di una campagna di comunicazione



FOCUS

Addessable TV

a cura di

Simone Branca

Head Of Data Strategy & Addressable TV Rai Pubblicità

VIDEO E AUDIO CONTENT MARKETING

OBIETTIVI DIDATTICI

Nel modulo si analizzano e individuano le opportunità di comunicazione attraverso le nuove piattaforme audio e video.

- La forza dell'audio e l'arrivo del digitale
- Come inserire le piattaforme audio in una esperienza
- Quali sono le soluzioni tecnologiche: dal Voice Assistant al Podcast
- Come realizzare contenuti audio, inserirli nello Storytelling di marca, distriburlo e monitarne i risultati
- Il valore del video e il suo ruolo nella fruizione di contenuti
- Come sviluppare strategie video e i diversi livelli di comunicazione: Hero, Hub e Help

FOCUS

Il canale YOUTUBE come Hub di Brand e Creator

a cura di

Federico De Florio

Agency Sales Manager Google

LABORATORI

EXCEL AVANZATO

Un corso avanzato di Excel per conoscere approfonditamente lo strumento più utilizzato nel mondo del lavoro, esercitandosi con le funzioni più complesse e più efficaci per l'analisi e la gestione dei Big Data.

ADOBE PHOTOSHOP

AdoAdobe Photoshop rappresenta da 30 anni il programma di riferimento professionale a livello globale per la gestione, creazione, modifica e pubblicazione delle immagini e delle fotografie.

Il corso si prefigge l'obiettivo di avvicinare gli studenti in modo mirato al mondo della arafica e della aestione delle immagini alternando nozioni fondamentali imprescindibili di teoria (grafica raster vs. grafica vettoriale, risoluzione immagine vs. dimensione immagine, metodo colore RGB vs. quadricromia CMYK) a numerose esercitazioni quidate dai Docenti in aula. Si conclude con un vero e proprio workshop di elaborazione dell'immagine dove le nozioni acquisite nelle giornate precedenti (fotoritocco, fotomontaggio, ridimensionamento, correzione selettiva) verranno completate dalla creazione e gestione di mock-up con oggetti avanzati, GIF animate e brevi clip animate.

LABORATORIO DI COPYWRITER & PROFESSIONAL BLOGGER CON WORDPRESS

Attraverso il laboratorio i partecipanti impareranno a creare un blog attraverso la piattaforma di Wordpress. Il blog sarà attivo e gestito durante il Master e sarà un esercizio continuo che consentirà di migliorare le proprie capacità di scrittura, comunicative e creative.

Visita i blog delle edizioni precedenti: Masters of Digital e Zoomer24BS.

GOOD MORNING AGENCY

Il mondo delle agenzie è cambiato molto nell'ultimo decennio e quelli che prima erano "clienti" ora sono team sempre più strutturati e indipendenti nell'individuazione soluzioni di comunicazione e pubblicitarie. L'obiettivo del laboratorio è districarsi tra i dubbi del "chi fa cosa" maturando la consapevolezza dei processi e delle logiche che sottendono a un giorno di ordinaria follia in agenzia. In questa esplorazione saranno fornite informazioni pratiche per indirizzare i partecipanti verso le figure professionali per le quali sono più qualificate e analizzando le peculiarità dei vari ruoli in agenzia e in azienda.

PROJECT MANAGEMENT

Le skills di project management oggi sono fondamentali e sempre più richieste.

Questo laboratorio ha due obiettivi:

- capire come lavorare efficacemente per progetti, ormai fondamentale per sostenere il business
- acquisire, tra i diversi approcci al project management disponibili, la **metodologia Agile/Scrum, particolarmente indicata** per la gestione di **progetti** complessi ed innovativi come quelli di **Comunicazione Integrata**.

Tra i temi affrontati: Change Management e Project Management, la gestione di un progetto con approccio Agile, la metodologia Scrum e la certificazione Professional Scrum Master.



CERTIFICAZIONI

GOOGLE ADS

Preparazione intensiva con esercizi, casi pratici e simulazioni d'esame, finalizzata al superamento dell'esame ufficiale e al conseguimento della certificazione Google Ads (Search, Display e Video). Il laboratorio permette di acquisire competenze per gestire campagne pubblicitarie attraverso l'utilizzo degli strumenti di Google Ads e di certificare tali competenze.



GOOGLE ANALYTICS

Leggere i dati, selezionare le corrette metriche di riferimento e fare analisi sono passaggi indispensabili per una strategia di marketing vincente. Il laboratorio permette di acquisire una buona conoscenza pratica dei report, delle metriche e delle caratteristiche di Google Analytics e di ottenere la relativa certificazione.



SOCIAL MARKETING TRAINING

Il laboratorio affronta i fondamentali del social media marketing, dalla pubblicazione di contenuti al coinvolgimento delle social community all'esecuzione di campagne pubblicitarie sui social media. L'obiettivo primario è il superamento dell'esame per la certificazione in social marketing di Hootsuite.



DIGITAL ADVERTISING TRAINING

Il laboratorio insegna implementare e gestire una **campagna di Digital Advertising**.



CAREER LAB

LABORATORIO "MY NEW JOB: TECNICHE E METODI PER INSERIRSI NEL MONDO DEL LAVORO"

In collaborazione con



Tre giornate finalizzate a prepararsi all'ingresso nel mondo del lavoro e a sviluppare le soft skills personali, fondamentali, accanto alle competenze tecniche, per operare con successo all'interno delle aziende del settore. Una specifica sessione è dedicata alla definizione di un curriculum vincente (infografico e video CV) e ai colloqui di lavoro e assessment con simulazioni in plenaria.

CAREER COUNSELING E ORIENTAMENTO AL MERCATO DEL LAVORO

Il laboratorio condotto in collaborazione con il Career Service di 24ORE Business School offre un **supporto nella costruzione del proprio profilo professionale** e nella definizione del percorso professionale.

MEDIA TRAINING & PUBLIC SPEAKING

Affrontare il microfono e la telecamera per un intervento sui social o una intervista, comprendere quali sono i messaggi che trasmettiamo anche in modo inconsapevole, sfruttare ali elementi della persuasione. affermare credibilità, autorevolezza. Competenze che contribuiscono alla creazione della propria reputazione. Il laboratorio si svolge utilizzando solide basi scientifiche con esempi e continue esercitazioni pratiche, affinché ciascun partecipante possa provare in modo empirico cosa cambia nell'efficacia del proprio modo di esprimersi con l'adozione delle tecniche illustrate.

PERSONAL BRANDING

Gestire la propria presenza online è un'attività di comunicazione come quella dei Brand. Attraverso il corso ciascun partecipante imparerà a capitalizzare il proprio valore e le proprie competenze e a gestire la propria presenza online.

PRESENTAZIONI AZIENDALI

Testimonianze e meeting con manager ed executive per conoscere più da vicino le aziende e i settori in cui operano per acquisire le skill per diventare i manager di domani.

GENERAL & BUSINESS ENGLISH

In collaborazione con



Il master include un corso di Business English organizzato in collaborazione con EF. EF Education First è la scuola digitale innovativa e sempre a portata di mano per apprendere il Business English e consolidare la propria formazione professionale.

Il corso include:

- General English: fino a 2000 ore di studio disponibili, contenuti interattivi e video, esercizi di comprensione orale, lezioni di scrittura con feedback 1-to-1 da docenti madrelingua
- Business English: approfondimenti di studio verticali per specifici contesti di lavoro: Presentation Skills, Social Skills, Negotiation, Telephoning
- Marketing Industry specific English: approfondimenti di studio per il settore Marketing & Comunicazione e i suoi sbocchi professionali

LO STAGE

ORIENTAMENTO E PREPARAZIONE AL COLLOQUIO DI SELEZIONE

Nel corso dei mesi d'aula е attraverso colloqui individuali di partecipante orientamento. ciascun viene accompagnato quidato nell'individuazione delle proprie capacità e opportunità di carriera.

L'attività di orientamento supporta i partecipanti nell'affrontare al meglio i colloqui di placement.

Sono previsti laboratori e sessioni di **simulazione di colloqui di lavoro**.

TRAINING ON THE JOB

Lo stage è un importante valore aggiunto del Master.

Rappresenta una prestigiosa opportunità di continuare la propria formazione con una significativa esperienza di trainingon-the-job, un accesso privilegiato al mondo del lavoro grazie all'importante network di contatti di primario livello di 24ORE Business School.

Lo stage si conclude con una tesina sul lavoro svolto presentata dal partecipante nella **Cerimonia di Consegna dei Diplomi.**





DOCENTI E TESTIMONIAL

Giovanna Ferrero

Stratecig Director

Sergio Pisano

CEO

Hill+Knowlton Strategies

Matteo Pogliani

Partner & Head of Digital Open-Box

Nicolò Altizio

Account Supervisor
Hello

Mirco Bertola

Account Director
We Are Social

Andrea Boscaro

Founder e Associate The Vortex

Massimo Bullo

Digital Trasformation Director Samsung

Simone Branca

Head Of Data Strategy & Addressable TV
Rai Pubblicità

Dario Caiazzo

Managing Director

COORDINATORI SCIENTIFICI

Marco Benadì

Partner & CEO
Dolci Advertising

Lorenzo Brufani

Direttore Generale Competence

Sabrina Caragnano

Marketing & PR Manager
The Walt Disney Company

Elisabetta Cavalca

Recruiter & Trainer Umana

Pietro Cerretani

Managing Partner
Digital Event

Fabrizia Ciccone

Media, Digital & PR Manager STAR

Francesco Colicci

Head of Ads Services
Hootsuite

Patrizia Conte

Founder & CEO Oyster

Dania Copertino

Head of PR and Communication
McCANN Health Italy

Mariasvev<mark>a Dagnino</mark>

HR Manager GroupM

Massimiliano De Blasi

CRM Manager Nissan

Gianluca De Cristofaro

Avvocato LCA Studio Legale

Alessandro De Luca

Digital Marketing Specialist Teleperformance Spain

Carlo De Matteo

CEO Myintelligence

Biagio di L<mark>eo</mark>

Marketing Consultant

Carla Ferrero

Ni-Cons Career Consulting

Manuela Garavaldi

Dottore Com<mark>mercialista e</mark> Consulente Aziendale

Paolo Guaitani

Partner The Vortex

Andrea Greco

Senior Trainer Forma Mentis

Mirko Lag<mark>onegro</mark>

Founder e CEO DigitalMDE

Nicola Leone

Data & Analytics Leader Kiwi

Luigi Maccallini

Responsabile Next Innovation BNL Gruppo BNP Paribas

Alberto Maestri

Equity Partner
Head of Content and Brand
Consulting, GreatPixel

Giorgio Mennella

Advertising Director Ciaopeople

Matteo Merigo

Super Advisor LinkedIn

Francesca Micheli

Communicati<mark>on & PR Manager</mark> Panasonic

Fabio Muzzi

E-Business & Digital Manager Nestlé

Cecilia Quinterio

Copywriter Web Editor

Simone Pace

Global Digital Capabilities Manager Angelini Pharma

Davide Panza

CMO & Co-Founder DigitalMDE

Laura Peli

Co-founder
Ni-Cons Consulting

Gianluigi Persano

Senior Trainer Forma Mentis

Davide Luca Petralli

Media strategy Lead Publicis Groupe

Antonio Pignese

Head of Business Development Widespace

Antonella Pirro Ruggiero

Consulente di Marketing Partner @Focus Management

Francesco Ramenghi

Employer Branding & People Experience Publicis Groupe

Fabrizio S<mark>avigni</mark>

Communication Consultant

Antonello Sessa

Head of Sales
OutBrain

Giorgio Tedeschi
Partner & Director
Diesis Group

Giulia Tieghi
CRM & eCommerce Manager
Cantine Ferrari

Francesco Tissoni

Docente Teorie e tecniche
della comunicazione web
Università degli Studi di Milano

Pierdamiano Tomagra
Digital Marketing Officer
Juventus Football Club

Urbano Urbani
Docente Informatica
240RE Business School

Laura Vimercati
Marketing & Communication
Director Burger King SEE

Andrea Vismara
Owner
Progetti ViVi
Formatore di Project Management



LE TESTIMONIANZE DI CHI HA FREQUENTATO IL MASTER

Quello che era iniziato come un master in aula particolarmente stimolante grazie alla presenza di professionisti da cui poter apprendere il più possibile e di colleghi con background differenti con cui potersi confrontare, grazie allo scoppio della pandemia, si è trasformato con una sfida ancora più affascinante che mi ha permesso di crescere non solo a livello professionale ma anche umano: le lezioni a distanza, infatti, hanno richiesto fin da subito una capacità di adattamento inedita che, insieme allo studio e al lavoro sui vari project work proposti, hanno contribuito a definire il percorso modo significativo, formativo in permettendomi di approcciare gli argomenti affrontati e di collaborare con i docenti e i colleghi con una sensibilità differente che porterò con me nel resto della mia vita lavorativa.

Ho un background giuridico e il master mi ha dato tutti gli strumenti per cambiare strada verso il mondo della comunicazione digitale. I sei mesi di lezione sono stati fondamentali per costruirmi un bagaglio di competenze solido e metterlo immediatamente in pratica con progetti, esercitazioni e project work. Fondamentale nel mio percorso è stato il ruolo dei docenti sempre pronti a mettere a disposizione la loro esperienza e a consigliarmi anche nelle scelte lavorative.



MATILDE CASELLI Junior Social Media Manager KIWI

DANIELE BENVENUTICollaboratore
RAI



Al master si impara a rapportarsi da professionista a professionista, come capita nel mondo del lavoro tutti i giorni, si esce dall'universo scolastico e ci si immerge in una realtà fatta di sfide, dialoghi e confronti.

SILVIA LONATIGlobal Media Coordinator
KIKO Milano



Il confronto quotidiano con docenti che erano al contempo professionisti del settore, la reale possibilità di mettermi in gioco ogni giorno con project work per brand importanti, capire cosa voglia dire lavorare in team per un obiettivo comune e quale fosse il mio posto all'interno dello stesso per poter dare il massimo. Questi sono solo alcuni degli aspetti del master che mi hanno permesso di mettere le basi su cui sto costruendo il mio futuro professionale. Ad maiora.

ANTONELLA DE ROSAAccount Manager
Caffeina



Nonostante una laurea magistrale in quest'ambito, è grazie al Master che ho sperimentato e capito davvero come funziona l'industria della comunicazione. Grazie a 24ORE Business School ho acquisito un set di conoscenze e competenze che mi ha permesso di affrontare serenamente (e con successo) i colloqui che ho fatto in seguito.

La differenza di questo Master però la fanno le persone: i compagni, i docenti ed il personale entreranno a far parte della vostra vita e vi daranno la possibilità di crescere sia a livello professionale che umano.



GIUSEPPE SINOPOLIAffiliate Marketing
Specialist

LE TESTIMONIANZE DELLE AZIENDE COINVOLTE NEI PROJECT WORK

DUCATI SCRAMBLER

Essere coinvolti nel project work del Master in Digital Marketing è stato innanzitutto un'esperienza umana entusiasmante. Confrontarsi con persone giovani, curiose e competenti ci ha permesso di guardare il lavoro di tutti i giorni in un approccio nuovo e stimolante.

Il lavoro proposto agli studenti del master aveva per oggetto un'attività concreta, ovvero l'ideazione del piano di lancio e comunicazione digital di un format musicale che ha coinvolto alcuni artisti emergenti della scena musicale italiana, da veicolare sui canali Digital Scrambler Ducati.

La sfida lanciata ai ragazzi è stata accolta con grande professionalità e tutti i project work proposti si sono dimostrati all'altezza di un lavoro completo, efficace e creativo allo stesso tempo. Il progetto vincitore ha rappresentato l'occasione reale e non solo teorica per il lancio di un format musicale completamente nuovo nel business delle due ruote.

ROCCO CANOSA

Product Marketing Manager Ducati Scrambler



DE ANGELI CLAUDIO

Brand Director Ducati Scrambler



SCARPE&SCARPE

L'importanza di cogliere nuove sfide e l'avvicinamento al mondo del lavoro sono sempre state per Scarpe&Scarpe punti di forte attenzione ed interesse.

E' da qui che è nata la collaborazione con 24ORE Business School per un project work che ha messo alla prova i ragazzi del Master in Marketing, Comunicazione & Digital strategy.

Gli studenti dovevano dimostrare la loro abilità nel lavoro in team per creare una strategia di comunicazione relativa al lancio di una capsule collection dal design ispirato al mondo al mondo del calcio, firmata dal brand Kronos.

Il tema dell'omnicanalità, e quindi la connessione tra i canali digitali e i negozi fisici, era la sfida più importante che tutti gli studenti hanno colto con molta competenza e professionalità.

Molte idee e soluzioni da loro proposte sono poi state realizzate e, gli studenti, hanno così potuto veder passare i progetti dalla loro aula ai negozi Scarpe&Scarpe.



MIRKO PETTENUZZO

Marketing Coordinator Scarpe&Scarpe

MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI PAGAMENTO

SEDE DEL MASTER

24ORE BUSINESS SCHOOL

Via Monte Rosa, 91 20149 – **Milano** iscrizioni@24orebs.com **24orebs.com**

COORDINAMENTO DIDATTICO

Monica Garisto

Tel: 02.21128541 Cell: 3423867670

monica.garisto@24orebs.com

MODALITÀ DI AMMISSIONE E PROCESSO DI SELEZIONE

Il Master è a numero chiuso e prevede un processo di selezione finalizzato a valutare le competenze tecniche acquisite durante gli studi, le attitudini individuali e la motivazione dei candidati.

Il processo di selezione si articola in 2 fasi:

- screening e analisi della domanda di ammissione e CV
- prove scritte e colloquio motivazionale

Per candidarsi è necessario compilare la domanda di ammissione online allegando:

- Curriculum Vitae
- Certificato di laurea con dettaglio degli esami e votazione
 - foto tessera

Ai fini dell'ammissione si terrà conto di:

- risultati delle prove scritte e del colloquio motivazionale
- titolo di studio e votazione
- conoscenza delle lingue straniere
- esperienza di lavoro

Dato l'elevato numero di domande, si terrà conto della data di invio della stessa per la convocazione alle selezioni.

Domande di ammissione, date di selezione e aggiornamenti sono disponibili online **24orebs.com**

Nel corso della giornata di selezione è possibile incontrare lo staff di 24ORE Business School, assistere alla presentazione del Master, sostenere le prove scritte e il colloquio motivazionale.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

14.000 Euro + IVA

La quota può essere rateizzata, in 5 tranche:

1^A rata: 3 gg. prima della data di inizio

del Master

2^A rata: 30 gg. dalla data di avvio 3^A rata: 60 gg. dalla data di avvio 4^A rata: 90 gg. dalla data di avvio 5^A rata: 120 gg. dalla data di avvio

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento può essere effettuato tramite:

Bonifico bancario

Intestazione/Coordinate bancarie del Bonifico Business School24 S.p.A. Banco Di Credito P.Azzoaglio - S.P.A. Corso Galileo Ferraris 64 Torino 10129 IBAN IT30H0342501000CC0402000143

Come causale di versamento, occorre indicare: rata/saldo il codice del Master LZ21005100 gli estremi della fattura (se pervenuta)

La copia del versamento della quota o delle singole rate deve essere sempre inviata: via e-mail: iscrizioni@24orebs.com via fax: 02 7860.2998

BORSE DI STUDIO

Come tradizione della Business School, importanti aziende e società di consulenza mettono a disposizione dei partecipanti borse di studio a copertura totale o parziale della quota di iscrizione, per sostenere i candidati più meritevoli.

Per candidarsi alle borse di studio è necessario compilare la voce "Richiesta di Borse di Studio" nella domanda di ammissione online, allegando i documenti.

L'assegnazione delle borse di studio avverrà in base a una graduatoria che considera i seguenti criteri:

- Esito delle selezioni
- Votazione di laurea (uguale o superiore a 105/110 o a 95/100)
- Conoscenza delle lingue straniere
- Eventuale esperienza professionale
- Situazione economico-finanziaria del candidato

Si segnala, inoltre, che alcune **Regioni o enti territoriali** bandiscono annualmente un concorso per l'assegnazione di borse di studio ai propri residenti per favorire la frequenza di corsi postuniversitari.

Business School24 S.p.A. è **Ente** accreditato presso la Regione Lombardia e associato Asfor e quindi in linea con i requisiti richiesti da molti bandi regionali per l'assegnazione di Borse di Studio.

Per queste borse si consiglia di contattare direttamente gli uffici regionali preposti.

FORMAZIONE IN HOUSE E ELEARNING

Il Master può essere personalizzato e realizzato c/o l'azienda cliente, anche in modalità blended (aula e online).

FINANZIAMENTI

PRESTITI ALLO STUDIO

Per i clienti 240RE Business School è possibile accedere ai prestiti allo studio BNL - Gruppo BNP Paribas, in particolare ai prodotti BNL Futuriamo e BNL Scuola Più, dedicati agli studenti di ogni età, per sostenere l'investimento nel futuro a condizioni molto vantaggiose.



Maggiori informazioni sul sito 24orebs.com o sul sito dell'azienda Partner

PRESTITO D'ONORE

240RE Business School ha stipulato una convenzione con Banca Sella che permette la concessione di prestiti bancari a tasso agevolato, ottenibili senza presentazione di garanzie reali o personali di terzi, con pagamento della prima rata dopo 6 mesi dalla fine del Master.



Maggiori informazioni sul sito 24orebs.com, sui siti delle aziende Partner o contattando il nostro Servizio Clienti

info@24orebs.com Tel. 02 37929700

CREDITO AL CONSUMO

Grazie all'accordo stretto tra 24ORE Business School e Compass puoi acquistare il tuo Master (o Corso formativo) direttamente presso le sedi di 24ORE Business School e rimborsarlo in comode rate mensili.



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Salvo approvazione di Compass Banca S.p.A. alla richiesta di finanziamento. Per le condizioni contrattuali si rimanda ai documenti informativi disponibili presso le sedi 24ORE Business School convenzionate senza esclusiva con Compass Banca S.p.A.

Maggiori informazioni sul sito 24orebs.com o contattando il nostro Servizio Clienti info@24orebs.com Tel. 02 37929700

Aim for MOre

Via Monte Rosa 91, Milano P.zza dell'Indipendenza 23 b/c, Roma Via Sclafani 40/b, Acireale (CT) **24orebs.com**

