



Corso di Alta Formazione in **Digital Strategy & Planning** **2023**

PROGRAMMA

Premessa & Contesto

Gli investimenti pubblicitari sui media digitali sono in crescita costante.

I centri media hanno bisogno di nuovi professionisti del digitale in grado di gestire le pianificazioni dei propri clienti.

Il Corso di Alta Formazione in Digital Strategy & Planning nasce con l'obiettivo di formare neo laureati o ragazze e ragazzi in cerca di una occupazione e fornire una preparazione di base che consenta loro di essere inseriti in Agenzie Media, in Agenzie Digitali, in Aziende ed essere immediatamente operativi.

Il corso è molto utile anche a quelle figure già inserite nel mondo del lavoro che sentono la necessità di aggiornarsi riguardo i temi trattati.

Obiettivi formativi

L'obiettivo del Corso è formare il partecipante sui temi relativi al Digital Media Planning.

Le lezioni tratteranno i seguenti argomenti:

Digital marketing (approccio end-to-end): dal brief al reporting

Approcci di buying (target/canali/modalità acquisto)

Trafficking e Analytics

Social: scenario e utilizzo Piattaforme

Search: scenario e utilizzo piattaforme

Programmatic: scenario e utilizzo piattaforme

Introduzione all'E Commerce e al CRM

Introduzione all'Intelligenza Artificiale

A chi è rivolto il Corso

Il Corso di Alta Formazione in Digital Strategy & Planning è rivolto principalmente a:

- **Giovani** che desiderano specializzarsi in un settore che possa dar loro l'opportunità di trovare un'occupazione;
- **Neolaureati in discipline sia umanistiche che scientifiche** che desiderano lavorare nel mercato della comunicazione e in maniera specifica nel mercato dei Media;
- **Professionisti** che desiderano aggiornarsi riguardo i temi trattati.

È indispensabile la conoscenza della lingua inglese.

Modalità di erogazione del corso

I moduli del Corso sono tenuti da professionisti del settore.
Si tratta di lezioni teoriche seguite da lezioni pratiche/esercitazioni.

I corsi potranno essere fruiti sia in presenza sia online.

Le sessioni pratiche e le esercitazioni dovranno essere inevitabilmente in presenza e si terranno a Milano.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 1

18 Settembre 2023 | 10.00 – 17.30

Introduzione al Digital Marketing: dalle email al web3. Cosa è cambiato e cosa cambierà

Il digital marketing e le nuove frontiere della comunicazione; l'ibridazione dei canali e la digitalizzazione di tutti i media; il nuovo customer journey omnichannel. Impareremo a conoscere le tante sfaccettature della comunicazione digitale e il percorso che dalla ricezione del brief porta alla definizione della strategia.

Giorno 2

22 Settembre 2023 | 10.00 – 17.30

Digital Buying: logiche ed evoluzione dell'acquisto dei media digitali

Gli obiettivi di marketing si traducono in obiettivi media e il customer journey definisce i KPIs da monitorare. Scopriremo come i molteplici canali digitali ci offrono soluzioni diverse e modalità di acquisto e ottimizzazione adatte a raggiungere nel modo più efficace ed efficiente possibile gli obiettivi di comunicazione.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 3

25 Settembre 2023 | 10.00 – 17.30

Il Trafficking e la lettura degli Analytics

La misurazione è una delle caratteristiche distintive della comunicazione digitale. Dal trafficking delle campagne alla misurazione delle attività post esposizione e interazione. Capiremo come il tracciamento pone le basi per l'analisi e la misurazione delle performance.

Giorno 4

29 Settembre 2023 | 10.00 – 17.30

Social Advertising: full funnel strategy and execution

Il social advertising come soluzione integrata di comunicazione, in grado di coprire tutte le fasi del customer journey, dall'awareness alla vendita. Scopriremo le principali soluzioni disponibili e le modalità di pianificazione e acquisto in self-service.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 5

6 Ottobre 2023 | 10.00 – 17.30

Social Advertising: deep dive in piattaforma ed esercitazione pratica

Impareremo a utilizzare le principali piattaforme di gestione delle campagne sui social networks, con esercitazioni pratiche e la necessaria presenza in aula.

Giorno 6

13 Ottobre 2023 | 10.00 – 17.30

Search advertising: dalla strategia all'execution

Il Search Engine Advertising e il suo ruolo nel funnel di conversione. Scopriremo quali sono i motori di ricerca più utilizzati e impareremo le logiche di pianificazione, analisi e ottimizzazione delle campagne con le piattaforme self-service.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 7

20 Ottobre 2023 | 10.00 – 17.30

Search Advertising: l'utilizzo delle piattaforme ed esercitazione pratica

Impareremo a utilizzare le principali piattaforme di gestione delle campagne sui motori di ricerca, con esercitazioni pratiche e la necessaria presenza in aula.

Giorno 8

27 Ottobre 2023 | 10.00 – 17.30

Programmatic Advertising: strategie fantastiche e come applicarle

Scopriremo il programmatic buying come modalità di acquisto e pianificazione delle campagne digitali, la possibilità di associare l'erogazione all'attivazione di audience e dati, le diverse piattaforme disponibili sul mercato e i numerosi canali attivabili.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 9

10 Novembre 2023 | 10.00 – 17.30

Programmatic Advertising: alla scoperta delle piattaforme.
Scopri come usarle e quando con una prova pratica

Impareremo a utilizzare le principali piattaforme di gestione delle campagne in programmatic, con esercitazioni pratiche e la necessaria presenza in aula.

Giorno 10

17 Novembre 2023 | 10.00 – 17.30

Ecommerce e Retail media: scenario e strategie

L'e-commerce è diventato parte integrante delle nostre abitudini e un elemento imprescindibile delle strategie di comunicazione. Scopriremo le principali piattaforme disponibili sul mercato e ne approfondiremo caratteristiche e soluzioni di presidio organico e a pagamento.

Il Programma

Il programma è articolato in 12 giornate di lezioni (dal 18 Settembre al 1 Dicembre):

Giorno 11

24 Novembre 2023 | 10.00 – 17.30

CRM: le logiche strategiche e la loro applicazione

Le relazioni coi clienti sono ormai automatizzate, grazie all'aiuto di sistemi informatici atti alla gestione dei dati e alla semplificazione dei processi.

Impareremo nell'ultimo modulo le basi del CRM (Customer Relationship Management), scoprendo come impostarlo e mantenerlo nel lungo periodo.

Giorno 12

1 Dicembre 2023 | 10.00 – 17.30

Age of Augmented strategies: navigating Artificial Intelligence impact for Marketers

Offre una panoramica approfondita sulle strategie di marketing nell'era dell'intelligenza artificiale, fornendo strumenti e competenze per affrontare l'impatto delle tecnologie avanzate sulla professione del marketer.

Modalità di iscrizione e Costi

Il costo complessivo del corso è di 2.400€ + IVA.

Per gli associati UNA e UPA è previsto lo sconto del 50% sulla quota di iscrizione, previa iscrizione da parte dell'agenzia associata.

La quota di partecipazione sarà richiesta solo dopo l'effettiva conferma di accettazione da parte dell'organizzazione.

Il pagamento può avvenire tramite bonifico bancario, alle seguenti coordinate:

AssAP Servizi srl

Unicredit Spa – Filiale MODESTINO

IBAN: IT 08 E 02008 01610

000105843524

Per ulteriori informazioni sui pagamenti, rivolgersi a:
oriana.moneta@unacom.it



Corso di Alta Formazione in Digital Strategy & Planning 2023