

Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ DIGITALE ITALIANA

Master di Primo Livello

Corporate & Media Communication

Obiettivi

Una specializzazione in **Corporate e Media Communication** ha l'obiettivo di formare professionisti capaci di gestire la c**omunicazione aziendale e mediatica** in maniera strategica, trasferendo competenze pratiche e immediatamente applicabili nel mondo del lavoro.

- **Strategie di branding:** Approfondire le strategie di posizionamento del marchio e la creazione di contenuti che rafforzino l'identità aziendale.
- **Sviluppare competenze comunicative:** Imparare a creare messaggi chiari, efficaci e persuasivi per diversi pubblici, sia interni (dipendenti, stakeholder) che esterni (clienti, media).
- **Comprendere il ruolo dei media:** Analizzare il panorama mediatico, comprendendo l'impatto dei diversi canali (giornali, TV, social media) e il loro utilizzo strategico.
- **Utilizzo delle nuove tecnologie:** Saper sfruttare le tecnologie digitali per la comunicazione, dal content marketing alla gestione dei social media.
- **Public relations e networking:** Acquisire le competenze per creare e mantenere relazioni efficaci con giornalisti, influencer e stakeholder.
- **Gestione della reputazione aziendale:** Acquisire tecniche per costruire e mantenere l'immagine di un'azienda, affrontando anche situazioni di crisi.

A chi è rivolto il master

Candidati provvisti di una Laurea di primo livello

Scheda Master



Durata 12 Mesi



Modalità On line



CFU 60



Prezzo 2.200€

Perché scegliere questo master

Formula Online Flessibile
Massima libertà su come, quando e dove studiare

Docenti di Alto Profilo
Esperti accademici e professionisti di settore per apprendere conoscenze aggiornate e pratiche

Specializzazione e Avanzamento di Carriera
Sviluppa competenze avanzate per ruoli di responsabilità

Certificazione e Riconoscimento Accademico
Rendi il tuo CV più competitivo con un titolo accreditato

Testimonial Aziendali e di Agenzie di Comunicazione
Il Brand management: il caso Divani & Divani by Natuzzi
La creatività e il ruolo moderno delle agenzie: le testimonianze di Pittarosso, Reframe Studio, Screenplay

Esperienze professionali di successo e case history
Con il contributo di Manager di brand multinazionali: L'Oréal, Colgate, Auchan, Cartier

Qual è il ruolo e quali attività svolge il Responsabile Marketing e Comunicazione?

Il ruolo del Responsabile marketing e comunicazione in azienda è centrale e presidia diverse attività, **dalla definizione delle strategie di marketing e comunicazione** attraverso la promozione di prodotti o servizi, scegliendo i messaggi, i canali e le campagne più efficaci, alla **gestione del brand,** costruendo e mantenendo un'immagine positiva e coerente dell'azienda sul mercato. Il marketing manager **analizza il mercato e i clienti:** studia le tendenze, i bisogni dei clienti e la concorrenza per adattare le strategie di conseguenza; **gestisce il budget:** pianifica e controlla le risorse economiche dedicate alle attività di marketing e comunicazione; **collabora con altri reparti:** lavora a stretto contatto con le vendite e il customer service e altri team per garantire coerenza e sinergia. Infine, **monitora i risultati** valutando l'efficacia delle campagne e delle strategie, apportando eventuali miglioramenti.

L'attività di **coordinamento delle attività di comunicazione** è altrettanto importante poiché implica la supervisione delle attività di advertising, dei social media, le relazioni pubbliche e altri strumenti di comunicazione per assicurarsi che tutto sia allineato con gli obiettivi aziendali.

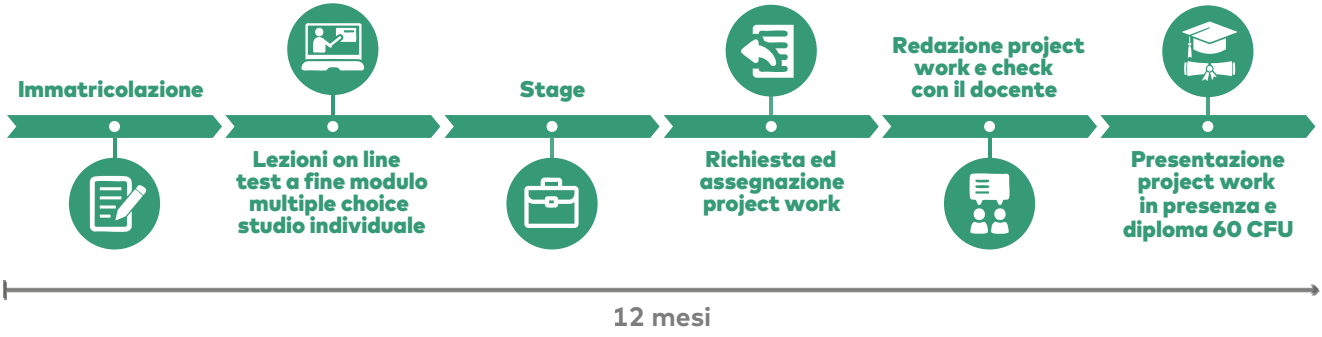


Didattica On Line e Piattaforma MyUnimarconi

Le lezioni sono registrate e **sempre disponibili** sulla piattaforma MyUnimarconi dove è possibile visionare le slide, i materiali integrativi e caricare la tesi finale.

Durata e Struttura

Il Master ha una durata complessiva di 12 mesi e prevede **1500 ore di formazione** che comprendono le ore di didattica on line, lo studio individuale, la preparazione e discussione del project work.



Programma

Modulo I - Corporate Communication

Brand Management
Brand Conceptual model
- Brand purpose
- Brand positioning
- Brand differentiation
- Brand identity
- Re-branding
- Brand trust
- Brand beneficience
- Testimonianza: Divani & Divani by Natuzzi

Brand Equity
- Brand awareness
- Qualità percepita
- Fedeltà
- Associazione con la marca
- Altre attività immateriali

Brand Architecture
- Principi e modelli; House of brands, Approvato e Monolitico

Archetipi di Marca
- Analisi e studio dei 12 archetipi

Agenzia di pubblicità tra strategia, creatività e produzione
L'agenzia di pubblicità
- Natura, ruoli e organizzazione

Il piano di comunicazione
- Obiettivi
- Struttura
- Fasi

La creatività
- o Le idee
- o Le tecniche creative
- o Testimonianze: Caso Pittarosso/Scarpe&Scarpe e Dolci Advertising

La produzione
- o Dall'idea all'esecuzione
- o Testimonianze: Reframe Studio e Screenplay

Casi aziendali

Le Relazioni pubbliche
- o Lo scenario attuale: media tradizionali e digitali, digital PR e digital community
- o Focus su digital PR;
- o Gli strumenti: comunicato stampa SEO, Rassegna Social

Ufficio Stampa
- o Obiettivi, interlocutori e target
- o Il mondo digital: Blogger & Influencer

Management degli eventi
- o Pianificazione strategica degli eventi
- o Produzione e gestione di eventi nelle diverse industry
- o Il project management di un evento
- o Sostenibilità e inclusività: la base per eventi di successo

Crisis Communication
- o Cos'è una "crisi di comunicazione" e quali sono le tipologie di crisi che un'azienda può dover fronteggiare
- o Il ciclo di vita della crisi
- o Come si gestisce una crisi "senza preavviso"
- o Come si gestisce una crisi "con preavviso"
- o La definizione della "narrazione" della crisi e il Communication Toolkit.L'importanza della mappatura degli stakeholder.
- o La definizione dell'approccio di comunicazione per ogni singolo stakeholder durante una crisi.
- o Il Crisis Team.

I sistemi di notifica.
Gli scenari di rischio.
Gli scenari di "leakage".
Le Media Relations e i Social Media durante una crisi.

Modulo II - La comunicazione sociale e multimediale
La comunicazione pubblica
La comunicazione istituzionale
La comunicazione ambientale
La comunicazione inclusiva
Comunicazione e sicurezza
Introduzione agli Internet Studies
Comunicazione e documentazione audiovisiva
Gamification per la comunicazione digitale
Comunicazione transmediale
Laboratorio di comunicazione esperienziale

Modulo III - Soft Skills for Business
Self management e Time Management
Publick speaking: presenza, voce messaggio
Presentazioni efficaci e storytelling
Teambuilding e intelligenza emotiva
Negoziazione e gestione dei conflitti

Focus e punti chiave del programma

- Testimonianze aziendali: Divani & Divani by Natuzzi, Pittarosso, Reframe Studio, Screenplay
- Case History: L'Oréal, Colgate, Auchan, Cartier
- Il ruolo delle agenzie di comunicazione e relazione azienda/agenzia
- Come costruire un piano di comunicazione
- Creatività: dall'idea all'esecuzione

Project work finale

Il project work fa parte integrante del Master. **Trascorsi minimo otto mesi** dall'inizio del percorso, **lo studente potrà richiedere l'assegnazione** alla segreteria dell'Università che assegnerà il docente di riferimento, il titolo, la data di discussione, che si svolgerà in presenza.

Stage

I partecipanti potranno sviluppare un **progetto didattico di approfondimento pratico** attraverso uno stage, presso un'azienda/ente/istituto in cui lavorano oppure in una azienda partner dell'Università. Lo stage si svolgerà sotto la guida di un tutor accademico e un tutor aziendale.

Diploma

Al termine del corso, a quanti abbiano osservato tutte le condizioni richieste e superato con esito positivo le prove di valutazione previste e maturato i 60 crediti riconosciuti, sarà rilasciato **il Diploma di Master** Universitario ai sensi del DM 270/2004

Faculty

Direttore del Master

Domenico **Morreale**

Docenti

Roberto **Bruni**
Angelo **Baccelloni**
Annarita **Colamatteo**
Simone **Guercini**
Marcello **Sansone**
Cristina **Santini**
Fabio **Tranzocchi**
Vincenzo **Vitale**

Docenti Aziendali

Marco **Benadì** - *Partner Dolci Advertising*
Niccolò **Battaglia** - *Direttore Creativo. Dolci Advertising*
Fulvia **Caliceti** - *Marketing & Communication Director. Pittarosso*
Luciano **Majelli** - *Partner. Barabino & Partners*
Elisabetta **Rondelli** - *CMO | Marketing, Communication & Client Director | Cartier | L' Oréal | Colgate | Auchan*
Rocco **Rella** - *Country Manager. Natuzzi*
Benedetta **Ruggeri** - *Marketing & Communication Strategist*
Michele **Senatore** - *Consulente SEO e Google Ads - Digital Strategist*

Come iscriversi

E' possibile iscriversi al Master in qualsiasi periodo dell'anno.
Per iscriversi occorre registrarsi alla pagina **MyUnimarconi** del sito dell'Università, con le credenziali ricevute procedere all'immatricolazione caricando i seguenti documenti:

- Documento di riconoscimento e codice fiscale
- Certificato del titolo di studio o autocertificazione

Gli studenti in possesso di titoli stranieri conseguiti all'estero dovranno allegare la documentazione integrativa indicata sulla pagina del sito Unimarconi.

Quota di partecipazione, finanziamenti e modalità di pagamento

La quota di iscrizione al Master è € 2.200 da versare tramite
PagoPA o Addebito diretto SEPA - Marconi DirectPay

È possibile suddividere il pagamento in **più rate.**

Dopo il Master
Career Service

Il Career Service accompagna gli studenti dell'Università degli Studi Guglielmo Marconi nella creazione del proprio **progetto professionale** ed offre un supporto mirato all'orientamento, allo sviluppo di competenze così da renderli più competitivi in un mercato del lavoro in rapida evoluzione, attraverso alcune attività:

Orientamento Personalizzato: un team di esperti è pronto ad aiutare ad identificare le passioni e le competenze per tradurle in opportunità concrete di carriera.

Connessioni nel Mondo Lavorativo: collaboriamo con aziende/enti e professionisti per offrire opportunità di stage, lavoro e programmi di sviluppo professionale.

Workshop ed Eventi: organizziamo workshop interattivi, seminari e eventi di networking per mettere in contatto gli studenti con esperti di settore e ampliare la propria rete professionale.

Supporto nella Ricerca Lavorativa: supportiamo nella creazione di un CV efficace, di una lettera di presentazione, di un interessante profilo LinkedIn, nel prepararti al meglio ad un colloquio di lavoro e farti emergere come candidato di valore nel mercato del lavoro.



Alumni UniMarconi

MISSION
L'obiettivo è di sviluppare iniziative, progetti, attività, eventi, scambi culturali e professionali.

ASSISTENZA
Fornisce ai propri associati ed ai giovani laureati dell'Ateneo strumenti utili per l'orientamento, l'aggiornamento e lo sviluppo professionale.

TUTELA/COLLABORAZIONE
Collabora con l'Ateneo, promuovendo i contatti per migliorare, tutelare e potenziare i servizi offerti agli studenti e laureati.

CRESCI CON NOI
Cura, sviluppa e consolida una nutrita rete di relazioni con Enti pubblici o privati, a livello nazionale ed internazionale, per promuovere la crescita culturale e professionale dei soci.

INIZIATIVE
Promuove l'organizzazione di eventi, seminari, iniziative culturali, anche di interesse professionale, scientifico, artistico o ricreativo, per favorire un networking tra persone, per accrescere competenze e professionalità.

ALUMNI TALK
Un ciclo di incontri per mettere in contatto studenti e laureati dell'Unimarconi con figure del mondo della cultura, dello spettacolo, dell'economia e nostri docenti.

Unimarconi
LA PRIMA UNIVERSITÀ DIGITALE ITALIANA

Università degli Studi Guglielmo Marconi

Via Plinio, 44 - 00193 | Roma

unimarconi.it