

SUPSI

CAS in Digital Marketing

Descrizione

Codice

DEASS DIGITAL MKTG

Presentazione

La trasformazione web-oriented di ogni business, la maggiore consapevolezza digitale dei consumatori e la costante innovazione tecnologica richiedono alle aziende la capacità di digitalizzare la propria strategia di marketing. Contestualmente, i grandi cambiamenti nell'ambito delle vendite impongono alle aziende la conoscenza degli strumenti che favoriscano l'integrazione delle esperienze online e offline.

Le competenze dei Marketing Manager (e in generale, di tutti i decision makers dell'azienda) devono evolversi nella direzione del Digital Marketing, del Web Marketing dell'E-commerce: parole di uso comune come SEO, SEM, SERP, CRM, Big data, Customer Journey, E-commerce, E-tail, Conversion Rate Optimization, ecc. sono semplici esempi di concetti che devono essere "tradotti" dai marketing manager in azioni specifiche per la soddisfazione di utenti e clienti. Il Certificate of Advanced Studies in Digital Marketing fornisce una risposta a tutte le figure che si occupano di marketing e comunicazione grazie a metodologie didattiche che permetteranno una facile applicazione degli argomenti trattati: ciascuna delle giornate di formazione affronterà un macro-tema differente, per poi scendere nel dettaglio con tematiche più specifiche.

Questo corso si concentra in maniera intensiva sulle metodologie e le tecniche di base, finalizzate all'acquisizione di know-how teorico e pratico per potere allineare le proprie strategie di marketing e comunicazione ai nuovi paradigmi del business e saper scegliere correttamente le mosse di breve e lungo termine delle proprie strategie.

In particolare, grazie al Partner Pro Web Consulting, i partecipanti potranno utilizzare gratuitamente un sito web personalizzato (e personalizzabile anche successivamente al corso) e un servizio di hosting e domain fornito gratuitamente per 1 anno. I corsisti potranno quindi sperimentare gli argomenti e gli strumenti forniti applicandoli direttamente e vederne i progressi. Una volta terminato il corso potranno usufruire di questi strumenti sia per il loro perfezionamento che per la loro attività lavorativa.

Obiettivi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di:

- Conoscere le principali attività per implementare le Strategie Digitali e capirne i principi di riferimento
- Saper impostare una strategia di Digital Marketing efficace, utilizzando gli elementi più coerenti a seconda del proprio settore, dei propri obiettivi di business e in coerenza con le strategie offline e aziendali
- Saper prendere decisioni e discernere tra diverse soluzioni tra quali la scelta di fornitori e partner per le attività di Web Marketing
- Impostare strategie di breve termine nei diversi canali online integrandole con le strategie offline
- Utilizzare i più importanti strumenti digitali per la comunicazione e la gestione della relazione con il cliente
- Utilizzare al meglio le potenzialità dell'e-commerce con canali propri ed esterni

Destinatari

Imprenditori, liberi professionisti, dirigenti, quadri e collaboratori di aziende industriali e di servizi pubbliche e private, capi progetto, responsabili commerciali e gestione clientela.

Requisiti

Conoscenze basilari del proprio business di riferimento.

Per accedere al CAS sono previsti i seguenti criteri di ammissione: formazione universitaria (laurea, bachelor), diploma di una scuola superiore o titolo equivalente.

È prevista l'ammissione su dossier per i candidati che non sono in possesso di un titolo, ma hanno maturato un'esperienza lavorativa di almeno cinque anni coerente con l'ambito formativo, in una posizione di responsabilità.

Certificato

Certificate of Advanced Studies SUPSI.

Crediti di studio

12 ECTS

Contenuti

Programma

MODULO 1: Principi e strumenti chiave del marketing digitale

- Digital Trends
- Strategia di marketing digitale e strategia di Marketing
- Generare traffico, ottimizzare le performance e misurazione dei risultati (SEO, CRO, ANALYTICS)
- Media digitali – parte I (social, digital PR, Content Marketing)
- Media digitali – parte II (Adv: Google ads, remarketing, Social ads, Amazon ads)
- Gestire la relazione con il cliente «digitale» (Big Data, Automation, AI, ERP, CRM)

MODULO 2: Aumentare le conversioni e vendere online

- E-COMMERCE: ottimizzazione del sito WEB
- SEO per l'E-commerce
- SEO per Amazon
- Paid advertising per Amazon
- Sistemi di carrello elettronico
- Sistemi di pagamento
- Monete digitali

MODULO 3: Sfruttare tutte le potenzialità di Google

- GOOGLE Adwords,
- GOOGLE Remarketing,
- GOOGLE Analytics
- Search Console

MODULO 4: Comunicare con i clienti digitali

- Basi di grafica e comunicazione (per website e APP Usability, Banner Adv)
- Come scrivere copy per il content marketing
- Lo storytelling
- Gestire i Paid Adv per i Social
- Il Content Marketing
- Il ruolo delle APP
- I Social e le piattaforme di gestione integrata

MODULO 5: Gestire la relazione con il cliente (e ... conoscerlo di più)

- BIG DATA
- CRM
- Marketing funnel e l'approccio dell'Inbound Marketing
- Utilizzo e applicazione di un CRM per la gestione della relazione con il cliente
- Principi di sicurezza e legali nell' utilizzo dei dati e nella conservazione dei dati

MODULO 6: La relazione «personale» con il cliente

- E-mail marketing
- Messaging e mobile messaging
- Chatbot
- Whatsapp for Business
- Come evitare lo spam e approcciare nuovi clienti in maniera corretta

Certificazione finale

Produzione di un dossier relativamente a una tematica scelta dal corsista e applicata a un contesto reale: può riguardare anche un'attività di cui il corsista si occupa professionalmente o volontariamente. Per la certificazione finale potrà essere utilizzato il Website personalizzato fornito durante il percorso formativo .

Durata

Il corso ha una durata di 128 ore-lezione.

A queste giornate si aggiungono le ore necessarie per lo studio personale, per la preparazione del progetto finale e per l'ottenimento dei crediti formativi.

Responsabile/i

Alessandro Siviero, Docente e Ricercatore SUPSI

Relatore/i

Il corpo insegnante è costituito da professionisti in ambito nazionale e internazionale con esperienze significative nel proprio ambito d'insegnamento, affiancati da professori e docenti-ricercatori universitari qualificati, impegnati e riconosciuti in Svizzera e all'estero.

Tra questi, i professionisti della società di consulenza digital Pro Web Consulting.

Informazioni

Iscrizione ai corsi

Entro il 31 gennaio 2019

Date

Modulo 1: 6, 7, 12, 13 e 19 febbraio

Modulo 2: 20, 26 e 27 febbraio

Modulo 3: 12 e 13 marzo

Modulo 4: 26 e 27 marzo

Modulo 5: 9 e 10 aprile

Modulo 6: 16 e 17 aprile

Il percorso, di 16 giornate, si svolge in soli 3 mesi: lo scopo di una formazione così intensa è rendere i partecipanti di mettere a disposizione della propria attività e della propria azienda gli argomenti appresi in poco tempo generando cambiamenti evidenti nel proprio lavoro già durante il percorso di studi. Con un investimento di tempo relativamente breve i cambiamenti saranno molto veloci e i risultati che si potranno ottenere saranno duraturi.

Orari

9.00-12.30, 13.30-17.00

Luogo

SUPSI, Dipartimento economia aziendale, sanità e sociale, Formazione continua, Stabile Suglio, Via Cantonale 18, CH-6928 Manno

Costo

CHF 7'000.–

incluse le spese d'insegnamento, il materiale distribuito in aula e il sito web per implementare realmente la propria strategia digitale.

Prezzi, durata, crediti di studio ECTS e termine iscrizione per la frequenza dei singoli moduli

Modulo 1, 5 giornate, 4 ECTS, Scadenza iscrizione 31 gennaio 2019, CHF 2'300.-

Modulo 2: 3 giornate, 2 ECTS, Scadenza iscrizione 15 febbraio 2019, CHF 1'250.-

Modulo 3: 2 giornate, 1 ECTS, Scadenza iscrizione 28 febbraio 2019, CHF 1'150.-

Modulo 4: 2 giornate, 1 ECTS, Scadenza iscrizione 15 marzo 2019, CHF 1'150.-

Modulo 5: 2 giornate, 1 ECTS, Scadenza iscrizione 31 marzo 2019, CHF 1'150.-

Modulo 6: 2 giornate, 1 ECTS, Scadenza iscrizione 5 aprile 2019, CHF 1'150.-

Soltanto ai partecipanti al modulo 1,3,5 sarà fornito gratuitamente il sito Web.

Osservazioni

Ogni modulo è strutturato per poter essere seguito anche singolarmente.

Informazioni

Informazioni tecniche:

alessandro.siviero@supsi.ch

Informazioni generali:

SUPSI, DEASS, Economia Aziendale, Sanità e Sociale

Stabile Suglio, Via Cantonale 18

CH-6928 Manno

T +41 (0)58 666 61 23

F +41 (0)58 666 61 21

deass.economia.fc@supsi.ch

www.supsi.ch/deass