



Unitelematik International Leonhard Euler

Presentation of the study path valid for obtaining the qualification in
Presentazione del percorso di studi valevole per il conseguimento del titolo in

Master's Degree in Digital Marketing



Lingua di Insegnamento

- Italiano

Tipo di formazione

- Scuole Private

Ambiti

- Scienze della Comunicazione

Indirizzo di Studio

- Digital Marketing e Comunicazione

ECTS

- 120

Requisiti di Ammissione

- Bachelor SUP in Digital Marketing
- Bachelor affine

Il sistema educativo Svizzero è concepito per essere aperto. A seconda del tuo percorso formativo, potresti essere ammesso al corso anche con un diploma di laurea comparabile.

Durata

- 2 anni, o 4 semestri, o minore a seconda della valutazione VAE/RVA

Modalità di Frequenza

- On line modalità FAD (Formazione a Distanza) 7gg su 7, H24

Esami

- La modalità di svolgimento degli esami è a scelta dello studente:
 - a) On line
 - b) In presenza nelle sedi UNI ILA
 - c) O in entrambe modalità
- A seconda del percorso di Studi svolto, gli esami verteranno sulle materie studiate nell'anno. Possono richiedere prove pratiche, quiz a domande multiple, saggi, domande a risposta aperta, o prova orale.
- **Ogni anno e durante l'anno per garantire una maggiore sicurezza delle prove, saranno cambiate ed/o modificate le modalità ed i contenuti degli esami.**
- In caso di studenti che hanno difficoltà o patologie, gli esami potranno essere sostenuti sia in presenza che a distanza mediante la modalità orale o scritta, da concordare con l'Ateneo. L'esame in caso di svolgimento orale verrà videoregistrato ed archiviato.

Tesi di Laurea

La tesi rappresenta un modulo obbligatorio, che deve essere superato ai fini dell'ottenimento del diploma Bachelor rispettivamente Master. La tesi si compone almeno di una documentazione scritta e una prestazione orale rispettivamente artistica. La discussione potrà essere sostenuta in aula, di fronte ad una Commissione, oppure On Line. La Commissione sarà rappresentata da due componenti, uno appartenente alla facoltà di cui il percorso fa riferimento ed un altro professore dell'ateneo. La prova avrà una durata compresa tra 15 e 20 minuti. Lo studente dovrà discutere la propria tesi e la

commissione potrà rivolgere da zero fino ad un massimo di tre domande di pertinenza alla tesi presentata.

Formazione

- Libri di Testo formato PDF
- Videolezioni
- Esercitazioni con Quiz a Risposta Multipla

Assistenza

- Tutor personale affidato
- Docenti di supporto per ogni materia di insegnamento
- Servizio di Assistenza allo Studente dedicato per la piattaforma di studi

Area di competenza

Il Master's Degree in **Digital Marketing** sviluppa competenze avanzate nella progettazione, gestione e analisi delle strategie di marketing digitale, con particolare attenzione all'innovazione tecnologica, all'analisi dei dati e alla comunicazione digitale.

Le principali aree di competenza includono:

- **Strategie avanzate di Digital Marketing**
- **Data analysis e marketing analytics**
- **SEO, SEM e performance marketing**
- **Social media strategy e digital communication**
- **Content marketing e brand positioning**
- **Gestione e sviluppo di piattaforme e-commerce**
- **Innovazione digitale e trasformazione del marketing aziendale**

Obiettivi del Corso

Il Master's Degree in Digital Marketing ha l'obiettivo di formare professionisti altamente qualificati nella progettazione e gestione delle strategie di marketing digitale in contesti aziendali nazionali e internazionali. Il percorso formativo approfondisce le dinamiche della comunicazione digitale, dell'analisi dei dati e dello sviluppo delle strategie di marketing online, fornendo strumenti avanzati per la pianificazione e la gestione delle campagne digitali.

Il programma mira a sviluppare competenze nella definizione delle strategie di posizionamento digitale, nell'utilizzo delle piattaforme tecnologiche e degli strumenti di analisi dei dati, nella gestione dei social media e nello sviluppo di modelli innovativi di comunicazione e promozione online.

Il corso prepara professionisti in grado di guidare i processi di trasformazione digitale delle imprese, contribuendo allo sviluppo della presenza online delle organizzazioni e al rafforzamento della competitività nei mercati digitali globali.

Sbocchi professionali*

Sbocchi Professionali

Master's Degree in Digital Marketing

Unitelematik International Leonhard Euler

c/o Rotkreuz Suurstoffi Gmb, Suurstoffi 37, 6343 Rotkreuz, Zug. Switzerland

E-Mail: secretary@unitelematikleonhardeuler.ch

I diplomati del **Master's Degree in Digital Marketing** possono ricoprire ruoli di responsabilità nella pianificazione strategica, nella gestione delle attività di marketing digitale e nello sviluppo della comunicazione online delle imprese. Il percorso prepara professionisti in grado di progettare strategie digitali avanzate, coordinare team di marketing e guidare i processi di trasformazione digitale delle organizzazioni.

Tra i principali sbocchi professionali:

- **Digital Marketing Manager**
- **Head of Digital Marketing**
- **Digital Strategy Consultant**
- **Performance Marketing Manager**
- **E-commerce Director**
- **Social Media Strategist**
- **Marketing Data Analyst**
- **Digital Brand Manager**
- **Consulente per la trasformazione digitale delle imprese**

*è necessari attenersi alle leggi del proprio paese

Proseguimento del percorso:

Lo studente potrà proseguire il suo percorso con Dottorato Ph.D in Digital Marketing e Comunicazione, dove avrà modo di ampliare ulteriormente le proprie conoscenze ed esperienze.

PERCORSO DI STUDI

Accanto alle materie sono espressi i ECTS, perché lo studente possa comprendere, il valore dei crediti formativi che gli saranno accreditati al fine dell'ammissione al percorso di Laurea Triennale.

1° ANNO – 70 ECTS

1. **DIGITAL MARKETING – 8 ECTS**
2. **FONDAMENTI DI MARKETING – 5 ECTS**
3. **FONDAMENTI DI ECONOMIA E MARKETING 1° PARTE – 6 ECTS**
4. **COMUNICAZIONE PROFESSIONALE 4.0 1° PARTE – 8 ECTS**
5. **LA SICUREZZA DELLE RETI 1° PARTE – 8 ECTS**
6. **SOCIAL MEDIA – IL SUCCESSO NEI SOCIAL MEDIA - 6 ECTS**
7. **MANAGEMENT PUBBLICO 1° PARTE – 8 ECTS**
8. **DIGITAL MARKETING 2° PARTE – 8 ECTS**
9. **FONDAMENTI DI MARKETING 2° PARTE – 5 ECTS**
10. **FONDAMENTI DI ECONOMIA E MARKETING 2° PARTE – 6 ECTS**

ESAME PER L' AMMISSIONE AL 2° ANNO – 8 ECTS

Lo studente può decidere se frequentare in aula, on line o mista. I Test di Autovalutazione e gli esami si sostengono on line.

Esami: Dovrà sostenere 1 esame ogni mese.

Online: Lo studente dovrà studiare la Materia in corso e sostenere 1 esame al mese. Per proseguire alla materia successiva lo studente dovrà avere superato l'esame della materia precedente.

2° ANNO – 54 ECTS

11. **INTRODUZIONE ALL'APPRENDIMENTO AUTOMATICO – 8 ECTS**
12. **COMUNICAZIONE PROFESSIONALE 4.0 2° PARTE – 8 ECTS**
13. **LA SICUREZZA DELLE RETI – 8 ECTS**
14. **SOCIAL MEDIA – L'UTILIZZO E LE STRATEGIE DEL SOCIAL MEDIA MARKETING – 8 ECTS**
15. **FONDAMENTI DI MARKETING 3° PARTE – 6 ECTS**
16. **LA SICUREZZA DELLE RETI 3° PARTE – 8 ECTS**
17. **SOCIAL MEDIA MARKETING – 8 ECTS**

ESAME GENERALE FINALE 2° ANNO VALEVOLE PER L'AMMISSIONE ALLA TESI – 8 ECTS

- **ISCRIZIONE ALLA TESI**

- Per chi si iscrive entro novembre terminerà con la tesi a maggio
- Per chi si iscrive a maggio terminerà a novembre

- **VALUTAZIONE DELLA TESI**

- **CONSEGNA DELLA LAUREA DOPO 30 GIORNI CIRCA NELLA CERIMONIA DI CELEBRAZIONE DELLA CONSEGNA DELLE LAUREE**

Lo studente può decidere se frequentare in aula, on line o mista. I Test di Autovalutazione e gli esami si sostengono on line.

Esami: Dovrà sostenere 1 esame ogni mese.

Online: Lo studente dovrà studiare la Materia in corso e sostenere 1 esame ogni mese. Per proseguire alla materia successiva lo studente dovrà avere superato l'esame della materia precedente.

La Tesi Definitiva dovrà essere inviata corretta alla segreteria entro e non oltre il 20 del mese precedente alla sessione di laurea.