

Executive Program

DIGITAL MARKETING PRO

Branding, Engagement & Technology



APRILE 2025

PRESENTAZIONE DEL CORSO

L'Executive Program DIGITAL MARKETING PRO: BRANDING, ENGAGEMENT E TECHNOLOGY vuole essere un percorso di alto livello per le imprese italiane che vogliono operare con successo in mercati sempre più competitivi.

Se comunicare efficacemente è sempre più necessario, padroneggiare ad ogni livello in azienda gli strumenti per veicolare i propri messaggi a clienti e prospect in ambienti digitali sempre più complessi è quantomeno indispensabile.

Il corso ha una durata complessiva di 48 ore e si svolge in modalità blended.

Lezioni in presenza e sessioni online si integrano per garantire un'esperienza formativa completa e flessibile.

EXECUTIVE PROGRAM DIGITAL MARKETING PRO: BRANDING, ENGAGEMENT E TECHNOLOGY

FREQUENZA E DURATA

Il percorso ha una durata complessiva di **50 ore** e si svolge in modalità blended (20 ore online e 30 ore in presenza)

FREQUENZA: APRILE - GIUGNO 2025

CALENDARIO

02 aprile 2025 online
(ore 16.00-18.00)

09 aprile 2025
(ore 09.00-13.00 | 14.00-18.00)

16 aprile 2025
(ore 09.00-13.00 | 14.00-18.00)

23 aprile 2025
(ore 09.00-13.00 | 14.00-18.00)

07 maggio 2025 online
(ore 14.00-18.00)

14 maggio 2025 online
(ore 14.00-18.00)

21 maggio 2025 online
(ore 14.00-18.00)

28 maggio 2025 online
(ore 14.00-18.00)

11 giugno 2025
(ore 09.00-13.00 | 14.00-18.00)

PROFILO DEI PARTECIPANTI

Questo percorso si rivolge al **middle management** e **professional dei team digital delle aziende**. E' ideale anche per **project manager di agenzie di comunicazione/marketing** e **liberi professionisti** che desiderano approfondire la propria preparazione misurandosi concretamente con case studies e interagendo con professionisti del settore, per sviluppare competenze verticali sui temi più aggiornati e di tendenza nel mercato dell'advertising e del marketing digitale.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Quota di partecipazione: Euro 3.400,00 + iva

Euro 3.200,00 + iva

Quota riservata ad aziende associate a Unindustria Reggio Emilia

**ULTERIORI AGEVOLAZIONI PER CHI SI ISCRIVE
ENTRO IL 14/03/2025**

Tutti i percorsi Executive della Business School possono essere finanziati tramite utilizzo di Fondi interprofessionali per la Formazione (Fondimpresa – Fondirigenti).

SEDE DEL CORSO

CIS REGGIO EMILIA, Via Aristotele 109 (RE)



OBIETTIVI

DIDATTICA E MODULI FORMATIVI

Il percorso formativo ha l'obiettivo di fornire una **comprensione approfondita e aggiornata degli strumenti e delle strategie del digital marketing**, con un **focus su branding, engagement, performance e tecnologie emergenti come AdTech e Martech**. È pensato per aiutare i professionisti del marketing e della comunicazione in azienda a padroneggiare i canali digitali e a sviluppare strategie di branding efficaci, contenuti coinvolgenti e campagne ad alte prestazioni. Attraverso case studies pratici e l'interazione con esperti del settore, l'executive program mira a costruire competenze concrete che rispondano alle esigenze di un mercato pubblicitario in continua evoluzione.

La didattica si articola in una combinazione di lezioni teoriche e pratiche. I moduli coprono le principali aree del digital marketing, per **esplorare il digitale** come canale di comunicazione per obiettivi di brand, guidare la creazione di contenuti coinvolgenti, ottimizzare le prestazioni delle campagne e monitorare i risultati, approfondire le tecnologie e i dati a supporto della comunicazione digitale.

1.

DIGITAL BRANDING E DIGITAL ADVERTISING

Il digitale come canale di comunicazione per rispondere a obiettivi di brand, come canale di vendita e di relazione con clienti e prospect.

2.

DIGITAL CONTENT & ENGAGEMENT

Realizzare una strategia di contenuti che crei un forte legame emotivo con il pubblico, promuovendo un coinvolgimento sostenibile e duraturo.

3.

PERFORMANCE, SALES E MISURAZIONI

Come ottimizzare le prestazioni aziendali delle campagne digitali, incrementare le vendite e misurare efficacemente i risultati.

4.

ADTECH E MARTECH

Le tecnologie a supporto della comunicazione digitale e l'uso dei dati per l'ottimizzazione delle attività di comunicazione, di relazione e di conversione.

IL PROGRAMMA

Modulo 1 DIGITAL BRANDING E DIGITAL ADVERTISING

Durata: 8 ore

Il digitale come uno dei canali di comunicazione all'interno del media mix per rispondere a obiettivi di brand (identity, image, equity, awareness, positioning).

- Scenario e contesto
- Basi teoriche: funnel, obiettivi e kpi
- Canali e strumenti del digital advertising
- Strategie di branding advertising: la raccolta e la selezione dei dati:
 - La definizione degli obiettivi: business, marketing, media
 - L'analisi del target: source of business, clustering, personas
 - L'analisi della concorrenza: come approcciarla e quali tool utilizzare
 - L'analisi del brand
- Dalla strategia all'implementazione:
 - La scelta di canali e strumenti, sinergie cross media
 - Definizione e allocazione del budget e timing
 - La sinergia tra connection, context e content
- Misurazioni:
 - Gli standard di misurazione
 - L'attention come kpi
 - Come definire il framework di misurazione
 - Misurazioni cross media

Modulo 2 DIGITAL CONTENT & ENGAGEMENT

Durata: 8 ore

Dall'ideazione alla produzione e alla gestione dei contenuti di brand attraverso i canali digitali, per attirare il proprio pubblico e mantenere una relazione coinvolgente.

- Scenario e contesto
- Basi teoriche di storytelling
- Idea generation - come sviluppare un'idea narrativa
- Storytelling, caratteristiche e utilità per il marketing
- La teoria degli archetipi
- Branded content
- Canali e strumenti
- Content strategy: dalla definizione degli obiettivi ai contenuti
- Social media content marketing
 - Gestione della presenza online
 - Il piano editoriale e la scelta dei formati
 - Influencer marketing e collaborazioni
- Principi di UX e scrittura per il web
 - Basi di design process e UX best practices
 - Principi e tecniche SEO
 - KPI, misurazioni e ottimizzazioni
- Group work

IL PROGRAMMA

Modulo 3 PERFORMANCE, SALES E MISURAZIONI

Durata: 8 ore

Il digitale come canale di vendita e di relazione con clienti e prospect. Strategie e strumenti per ottimizzare le conversioni e raggiungere concreti obiettivi di business.

- Scenario e contesto
- Basi teoriche: Funnel, customer journey, obiettivi e KPI
- Canali e strumenti a performance
- Strategie di performance marketing
 - Conversioni e modelli di attribuzione
 - Il ruolo dei motori di ricerca e dei social nel performance marketing
- Esecuzione
 - Dal media buying al planning
 - Modelli di business
 - Insight e importanza dell'analisi dei dati
- Misurazioni:
 - KPI, misurazioni e ottimizzazioni
 - Report & analytics
 - Tag e tracciamenti
- Group work



Modulo 4 ADTECH & MARTECH

Durata: 24 ore

Le tecnologie a supporto della comunicazione digitale sia in advertising che nella relazione con i propri clienti, attraverso l'uso dei dati per l'ottimizzazione delle attività di comunicazione, di relazione e di conversione

- Scenario e contesto
 - Il ruolo delle tecnologie e dei dati
 - Gli strumenti e le tecnologie a disposizione
 - Il quadro normativo
 - L'arrivo del marketing cookieless
- Programmatic adv e data driven marketing
 - Ecosistema, mercato, attori del programmatic advertising
 - Metodi di compravendita, modelli di business, negoziazione
 - Programmatic Buying & Programmatic Selling
 - Piattaforme (Data Platform, SSP, DSP, Adserver)
 - Uso dei dati, automatizzazione, ottimizzazione
- Martech, come si interagisce con i propri clienti
 - Gli strumenti di Marketing Automation
 - La costruzione delle customer journey
 - Come personalizzare la comunicazione con i propri clienti
- Ad Verification & Measurement
 - Tracciamenti, Kpi e metodologie di misurazione
 - Ad verification & delivery
 - Gli strumenti di data visualization
 - Report & Analytics
- Group work

La Faculty, è composta da docenti da professionisti con comprovata esperienza del mondo Digital Marketing

FRANCESCA CASADEI - DIGITAL BRANDING ADVERTISING

Chief Strategy Officer, Havas Media Group Italy

GIULIANA LAURITA - CONTENT, STORYTELLING

Digital Strategist, Formatrice, Autrice

FEDERICA FACCHINI - DIGITAL PERFORMANCE ADVERTISING

Digital Marketing, Coach & Consultant

ANDREA FOLCIO - ADTECH, MARTECH& DATA

Co-Founder @ TheNewco

GIOVANNI ROSSI - ADTECH, MARTECH& DATA

Data & Madtech Senior Manager @ The Newco

FEDERICO GRENZI - ADTECH, MARTECH& DATA

Head of Omnichannel @ The Newco

PAOLO SANSONE - ADTECH, MARTECH& DATA

Head of Data Platform @ The Newco



**La Business School ti porta
nella Community Master
Alumni CIS**

INFORMAZIONI & SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA CIS Reggio Emilia

Tel. 0522 23.29.11
businessschool@cis-formazione.it

RIFERIMENTI COMMERCIALI:

Anna Balboni - anna.balboni@cis-formazione.it
Cristina Comastri - cristina.comastri@cis-formazione.it
Dante Landini - dante.landini@cis-formazione.it
Giancarlo D'Amico - giancarlo.damico@cis-formazione.it
Sara Braghiroli - sara.braghiroli@cis-formazione.it



Via Aristotele, 109 - 42122 Reggio Emilia - Tel 0522 232911 fax 0522 232990

BUSINESS SCHOOL CIS

SCHEDA DI ISCRIZIONE INIZIATIVA _COD. Offerta_____

PER RESTITUIRE LA SCHEDA TIMBRATA e FIRMATA: fax 0522 232990 oppure scansionata a alessia.bettati@cis-formazione.it

Azienda					
Indirizzo					
Città		CAP		Prov.	
Tel.		Fax			
Settore di Attività dell'Azienda				Nro dipendenti	
Partita IVA e Codice Fiscale:					
Azienda Associata Sistema Unindustria (barrare l'ipotesi che ricorre)	SI ☐		NO ☐		
Codice SDI per fatturazione elettronica					

ISCRIVE

All'iniziativa:	Digital Marketing PRO: Branding, Engagement e Technology		
Data/e:	02/04/2025	Durata	50 ore
Il Partecipante:			
Luogo e data di nascita o Codice Fiscale (*)			
Ruolo in azienda (*)			
Mail (*)			
Cellulare	Telefono Diretto		

(*) DATI OBBLIGATORI

COSTO SINGOLA PARTECIPAZIONE ALL'INIZIATIVA

Durata iniziativa	Costo	Tipologia Azienda
Digital Marketing PRO: Branding, Engagement e Technology	QUOTA ISCRIZIONE	€ 3.400,00 + IVA
	Quota riservata aziende Associate Sistema Unindustria	€ 3.200,00 + IVA
Quota riservata per iscrizioni multiple o arrivate entro il 14/03/2025	€ _____	

ISCRIZIONE

Il ricevimento, da parte nostra, della scheda timbrata e firmata determina l'adesione ai ns. corsi/seminari.
CIS provvederà, almeno **7 giorni prima dell'inizio del corso**, a confermare l'avvio con tutti i dettagli necessari per la partecipazione.
Inoltre CIS si impegna a comunicare eventuali variazioni o rinvii del calendario.

DISDETTA

E' possibile recedere, dandoci disdetta scritta via mail o fax, entro 15 giorni lavorativi antecedenti la giornata di avvio corso. Oltre questo termine:

- se il partecipante rinuncia, dando preavviso scritto fino a 7 gg lavorativi prima dell'avvio corso, sarà fatturato il 50% del costo dell'iniziativa;
- In caso di rinuncia dopo la comunicazione di conferma da parte di CIS di avvio attività o se il partecipante non si presenta in aula sarà fatturato l'intero ammontare della quota. In ogni caso è sempre possibile sostituire la persona iscritta.

FATTURAZIONE e PAGAMENTO

La fattura verrà emessa all'avvio dell'iniziativa. Modalità di pagamento: Bonifico Bancario 30 GG DF.

Data: _____ TIMBRO E FIRMA _____

Informativa sintetica resa ai sensi degli art. 13 e 14 del GDPR 2016/679. CIS S. CONS. R. L., in qualità di autonomo Titolare del Trattamento di Dati Personali, informa la sua persona e la sua ragione sociale, in qualità di interessato. Per gestire i suoi dati personali, per conoscere le finalità del trattamento e i diritti di modifica, cancellazione, annullamento secondo gli articoli 13 e 14 del GDPR 2016/679 si rimanda all'informativa completa al sito www.cis-formazione.it



CIS - Partner per la gestione d'impresa

Via Aristotele, 109 - 42122 Reggio Emilia
Tel. 0522 23 29 11
Mail: businessschool@cis-formazione.it
Web: cis-formazione.it