

Comunicazione, Marketing Digitale, Pubblicità Interattiva



Perché il Master Comunicazione, Marketing Digitale, Pubblicità Interattiva

“La nuova edizione si pone in forte continuità con l’impostazione data al Master dal suo primo Direttore Fausto Colombo: puntare sull’integrazione di competenze pratiche e saperi teorici per formare operatori del settore della pubblicità digitale competenti e appassionati, capaci di leggere e interpretare le tendenze in atto nella comunicazione online e offline”.

Obiettivi formativi

Il Master, attraverso l’integrazione di corsi più teorici e momenti laboratoriali, offre una preparazione approfondita e specialistica nel campo della comunicazione, del marketing e della pubblicità. In particolare il Master fornisce gli strumenti per:

- conoscere i fondamenti e le dinamiche del marketing digitale;
- conoscere la filiera del mercato pubblicitario e dei suoi operatori;
- capire le logiche e i linguaggi di funzionamento degli strumenti digitali in ottica pubblicitaria;
- ideare, gestire, pianificare, analizzare campagne di comunicazione pubblicitaria attraverso gli strumenti digitali (es: social media, mobile, motori di ricerca);
- comprendere le dinamiche più aggiornate del performance-based advertising e della pianificazione pubblicitaria (Retargeting, Real Time Bidding, Social Media Advertising e Mobile Advertising, Intelligenza Artificiale);
- comprendere il funzionamento di base delle tecnologie AI generative, esplorare il loro ruolo nel panorama del digital marketing e della comunicazione, edificare le principali sfide etiche e pratiche nel loro utilizzo.

Profilo del candidato

Il Master si rivolge a laureati sia italiani sia stranieri (in possesso di un eccellente livello d’italiano) che abbiano conseguito un titolo in discipline umanistiche o economiche, sia con lauree triennali sia specialistiche.

Candidati con provenienza diversa da quelle sopra specificate potranno comunque essere ammessi al Master se in possesso di una spiccata passione per i temi della comunicazione digitale, del marketing, della pubblicità.

Sbocchi professionali

Il Master ha lo scopo di formare figure professionali in grado di operare con un elevato grado di specializzazione nell’area digital come account, pianificatori, addetti al marketing e alla comunicazione all’interno di aziende, agenzie, concessionarie, centri media e editori.

Il Master forma figure innovative e professionisti specializzati nella comunicazione pubblicitaria digitale attraverso i social media, gli strumenti del web 2.0, il mobile, i motori di ricerca (SEM e SEO).

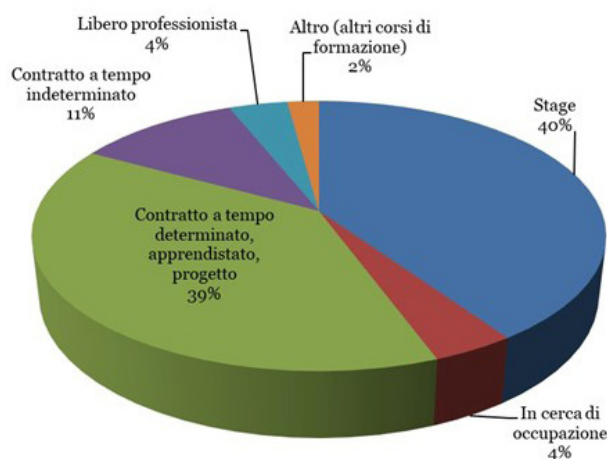
Attualmente tra i diplomati al Master troviamo figure impiegate come: **account manager, project manager, social media specialist, digital media planner, eCommerce manager, SEM manager, trade marketing specialist, business developer, biddable specialist, digital performance manager.**

Placement

Nelle precedenti edizioni, il Master ha avuto ottimi risultati: ha sinora formato oltre 300 professionisti e il **90% dei diplomati** è attualmente occupato in imprese del settore. Nel corso degli anni, il Master ha aiutato decine di soci IAB e aziende a trovare risorse formate da inserire nel proprio organico.

Il placement a 3 mesi dal diploma del master vede il **94% degli studenti occupati**:

- ✓ **39%** dei partecipanti ha ottenuto un **contratto a tempo determinato**, di apprendistato o a progetto;
- ✓ **40%** sta completando uno **stage formativo**;
- ✓ **11%** degli studenti ha ottenuto un **contratto a tempo indeterminato**;
- ✓ **4%** è un **libero professionista**;
- ✓ **4%** è in cerca di occupazione;
- ✓ **2%** ha iniziato un nuovo percorso formativo.



Curriculum overview

L'ordinamento didattico è articolato su diversi livelli che prevedono lezioni frontali e laboratoriali; analisi di case histories; project work guidati da professionisti del settore.

STRUTTURA DEL CORSO	
✓ Lezioni	384 ore
✓ Laboratori, Workshop, Project work	253 ore
✓ Studio individuale	263 ore
✓ Stage	600 ore
TOT. 1500 ore	
FONDAMENTI DI MANAGEMENT, MARKETING E ICT	
CORSI	
✓ Imprese e mercati del settore digitale (SECS-P/01)	2 CFU
✓ Tecnologie per l'informazione e la comunicazione (INF/01)	4 CFU
✓ Marketing ed economia dell'impresa digitale (SECS-P/08)	4 CFU
✓ Brand management e marketing cross mediale dei media digitali (SECS-P/08)	2 CFU
LABORATORI	
✓ Analisi dello scenario economico e tecnologico	1 CFU
SCENARI, TECNICHE DI RICERCA E ANALISI DEI MEDIA DIGITALI	
CORSI	
✓ I media digitali teorie, tecniche e scenari internazionali (SPS/08)	4 CFU
✓ Marketing Thinking e Business Transformation (M-PSI/05)	2 CFU
✓ Elementi di diritto dei media digitali (IUS/04)	2 CFU
✓ Tecniche di ricerca e analisi del mercato dei media digitali (SPS/08)	2 CFU
LABORATORI	
✓ Pianificazione di un piano di ricerca di marketing	1 CFU
✓ Laboratorio di analisi dati Audiweb	1 CFU
✓ Pianificazione di una campagna digitale	1 CFU

TECNICHE DI COMUNICAZIONE E MARKETING DIGITALE	
CORSI	
✓ Forme e strategie della comunicazione digitale (L-ART06)	4 CFU
✓ Entrepreneurship & Innovation (L-ART06)	4 CFU
✓ Pianificazione e gestione della visibilità online (L-ART/06)	2 CFU
LABORATORI	
✓ Video advertising (Strategie per YouTube e TikTok)	1 CFU
✓ La costruzione di un piano di comunicazione	1 CFU
✓ Social Media e Influencer Marketing	1 CFU
✓ E-retail Marketing (Strategie per Amazon)	1 CFU
✓ Search Advertising (Strategie per Google Ads)	1 CFU
ALTRE ATTIVITÀ	
✓ Programmatic Advertising e Marketing Automation	1 CFU
✓ Self branding e public speaking	1 CFU
✓ Business English	2 CFU
✓ Project works e prova finale	3 CFU
✓ Stage	10 CFU



Key facts

Durata



Ottobre 2025 - Novembre 2026

Lezioni: da ottobre 2025 ad aprile 2026

Stage: da maggio 2026

Consegna dipolomi: autunno 2026

Modalità didattica

Il calendario del Master si articola in 5 giorni settimanali: dal lunedì al venerdì, dalle 10.00 alle 17.00. Gli studenti sono tenuti a frequentare per intero il Master. La frequenza è a tempo pieno e obbligatoria, con un massimo di assenze consentite pari al 15% delle lezioni.

Scadenza candidatura



30 settembre 2025

→ al sito: master.unicatt.it/ammissione

Costi

€ 7.000 in rate

Partner

Il Master in Comunicazione, Marketing Digitale e Pubblicità Interattiva è un progetto di formazione creato da ALMED e da **IAB Italia** (www.iab.it), associazione italiana che rappresenta gli operatori del mercato della comunicazione digitale interattiva.

IAB fornisce supporto, in collaborazione con i propri soci, nella didattica e nel reperimento di fonti di finanziamento per borse di studio e collabora con l'Università Cattolica per la realizzazione presso le strutture dei soci di visite didattiche e project work da parte degli studenti del Master. IAB collabora nell'attività di placement presso le aziende socie.

Il presidente di IAB Italia, Carlo Nosedà, è Condirettore del Master e membri del direttivo IAB siedono nel Consiglio Direttivo del Master.

Per informazioni amministrative

Ufficio Master

master.universitari@unicatt.it

+ 39 02 7234 3860



Per orientamento didattico e informazioni sui contenuti

master.marketingdigitale@unicatt.it

[almed.unicatt.it/comunicazione digitale](https://almed.unicatt.it/comunicazione-digitale)