

	<b>Titolo del Master/Short Master proposto</b>	E-COMMERCE MANAGEMENT AND DIGITAL STRATEGY		<b>Al Magnifico Rettore</b>				
<b>MODULO 1</b>	<b>Titolo del modulo</b>	<b>Piano di marketing e comunicazione integrata</b>						
	<b>Docente responsabile del modulo didattico</b>	<b>Filomena Palumbo</b>						
<b>Tematica della lezione / attività formativa</b>	<b>Docente</b>		<b>Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo</b>					
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività	impegno totale ore
Le fasi del piano di marketing	CROCETTA CORRADO	PO, UNIBA	8		<b>18</b>		25	1,0
il piano di comunicazione integrata	SANTAMATO VITO ROBERTO	PA, UNIBA	7		<b>18</b>		25	1,0
obiettivi comunicazionali, budget e target	CROCETTA CORRADO	PO, UNIBA	8		<b>18</b>		25	1,0
brand awareness, brand positioning	BOEZIO ANTONIO	ESPERTO ESTERNO	7		<b>18</b>		25	1,0
agenzie di comunicazione, central media, pubblicità	LONGO ROBERTA	ESPERTO ESTERNO	7		<b>18</b>		25	1,0
Brand reputation	Fornasari Alberto	UNIBA	7		<b>18</b>		25	1,0
<b>TOTALI</b>			<b>44</b>		<b>108</b>		<b>150</b>	<b>6,0</b>

	<b>Titolo del Master/Short Master proposto</b>	Master Executive, e-commerce management e strategie digitali		<b>Al Magnifico Rettore</b>				
<b>MODULO 2</b>	<b>Titolo del modulo</b>	<b>La Progettazione: dal sito web al blog personale e aziendale</b>						
	<b>Docente responsabile del modulo didattico</b>	<b>Salvatore Aprile</b>						
<b>Tematica della lezione / attività formativa</b>	<b>Docente</b>		<b>Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo</b>					
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività	impegno totale ore
liberalizzazione domini 1 livello: opportunità per azienda e professionisti	APRILE	ESPERTO EST	14		<b>36</b>		50	2,0
le piattaforme per creare siti e blog senza linguaggi di programmazione	APRILE	ESPERTO EST	14		<b>36</b>		50	2,0
focus: come creare un blog con wordpress	APRILE	ESPERTO EST	14		<b>36</b>		50	2,0
il blog aziendale come veicolo commerciale per il sito	TOTORIZZO	ESPERTO EST	14		<b>36</b>		50	2,0
testimonial, blogger e influencer	LONGO	ESPERTO EST	14		<b>36</b>		50	2,0
<b>Totali</b>			<b>70</b>		<b>180</b>		<b>250</b>	<b>10,00</b>



	Titolo del Master/Short Master proposto	Master Executive, e-commerce management e strategie digitali	Al Magnifico Rettore						
MODULO 3	Titolo del modulo	La creazione di profili e pagine aziendali: linkedin							
	Docente responsabile del modulo didattico	Ignazio Totorizzo							
Tematica della lezione / attività formativa	Docente		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo						
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività	impegno totale ore	CFU
i profili personali su linkedin	TOTORIZZO IGNAZIO	ESPERTO ESTERNO	7	2	20			29	1,12
le foto, i video, i link e i file	ROBERTA LONGO	ESPERTO ESTERNO	7	10	23			40	1,64
La gestione e il mercato delle recensioni	DEBENEDITTIS ELIANA	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
la selezione delle opportunità di lavoro in italia e all'estero	PALUMBO FILOMENA	ESPERTO ESTERNO	7	2	20			29	1,12
Gli eventi live e la messaggistica	FLORIO PIETRO	ESPERTO ESTERNO	7	2	18			29	1,12
i recruiter e le pagine aziendali	FLORIO PIETRO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
Totali			42	16	117	0	0	175	7,00

	Titolo del Master/Short Master proposto	E-COMMERCE MANAGEMENT AND DIGITAL STRATEGIES			Al Magnifico Rettore				
MODULO 4	Titolo del modulo	Il piano di personal branding							
	Docente responsabile del modulo didattico								
Il piano di personal branding	Docente		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo						
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività	impegno totale ore	CFU
il checkup di se stessi, il PB	Amelia Manuti /Filomena Palumbo	Uniba / Esperto esterno	10	5	29			44	1,74
il posizionamento personale nella job-area	de benedittis Eliana	Esperto esterno	10		24			34	1,43
diventare un punto di riferimento nella propria nicchia di mercato	de benedittis Eliana	Esperto esterno	10		24			34	1,43
Psicologia del Marketing	Manuti Amelia	UNIBA	10	3	28			41	1,62
La linea grafica coordinata di sè stessi	Florio Pietro	Esperto esterno	9	8	30			47	1,78
<b>Totali</b>			<b>49</b>	<b>16</b>	<b>135</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>200</b>	<b>8,00</b>

	Titolo del Master/Short Master proposto	E-COMMERCE MANAGEMENT AND DIGITAL STRATEGIES		Al Magnifico Rettore					
MODULO 5	Titolo del modulo	L'E-COMMERCE: PIATTAFORME E GESTIONE DEGLI INTERSCAMBI BANCARI							
	Docente responsabile del modulo didattico	Salvatore Aprile							
L'E-COMMERCE: PIATTAFORME E GESTIONE DEGLI INTERSCAMBI BANCARI	Docente		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo				impegno totale ore	CFU	
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/aboratori	ore di studio individuale	ore di stage			seminari / altre attività
eCommerce B2B e B2C: soluzioni, differenze e analogie	Antonacci Domenico	esperto esterno	7		18		25	1,00	
Vendita diretta o tramite marketplace? Analisi dei canali indiretti	Antonacci Domenico	esperto esterno	7	4	20		31	1,25	
Come organizzare e strutturare il progetto di eBusiness	totorizzo Ignazio	esperto esterno	7	4	20		31	1,25	
Analytics: lo strumento chiave a supporto delle decisioni	Boezio Antonio	esperto esterno	7	4	20		31	1,25	
Generare traffico di valore con l'advertising online	Boezio Antonio	esperto esterno	7		18		25	1,00	
Project work: come organizzare un progetto di eBusiness	totorizzo Ignazio	esperto esterno	7	4	21		32	1,25	
<b>Totale</b>			<b>42</b>	<b>16</b>	<b>117</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>175</b>	<b>9,00</b>

	Titolo del Master/Short Master proposto	Ecommerce management and digital Strategies	Al Magnifico Rettore						
MODULO 6	Titolo del modulo	Campagne DEM e Campagne Facebook							
	Docente responsabile del modulo didattico	Giuseppe Deleonibus							
Campagne DEM e Campagne Facebook	Docente		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo				impegno totale ore	CFU	
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage			seminari / altre attività
Il Direct e-mail marketing	Antonacci Domenico	ESPERTO ESTERNO	7	2	19		28	1,12	
La lead Generation	DeBenedittis Eliana	ESPERTO ESTERNO	7	2	19		28	1,12	
I chatbot	Florio Pietro	ESPERTO ESTERNO	7	2	19		28	1,12	
Il facebook Marketing	Roberta Longo	ESPERTO ESTERNO	7	4	20		31	1,25	
Lo storytelling	Roncone Valeria	RUC UNIBA	14	6	40		60	1,39	
La Crisis Communication	Passaro Pierluigi	UNIBA RUC	7		18		25	1,00	
Totali			49	16	135	0	0	200	7,00