



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI BARI  
ALDO MORO**

**Titolo del Master/Short  
Master proposto**

E-commerce Management e strategie digitali

**Al Magnifico Rettore**

**MODULO 1**

**Titolo del modulo**

**Piano di marketing e comunicazione integrata**

**Docente responsabile del  
modulo didattico**

**Filomena Palumbo**

Tematica della lezione / attività formativa	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/la boratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività		
Le fasi del piano di marketing	CROCETTA CORRADO	PO, UNIBA, SECS-S/01	7		18			25	1,0
il piano di comunicazione integrata	SANTAMATO VITO ROBERTO	PA, UNIBA, SECS-P/08	7		18			25	1,0
obiettivi comunicazionali, budget e target	CROCETTA CORRADO	PO, UNIBA, SECS-S/01	7		18			25	1,0
brand awareness, brand positioning	BOEZIO ANTONIO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,0
agenzie di comunicazione, central media, pubblicità	LONGO ROBERTA	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,0
Brand reputation	Fornasari Alberto	PA, UNIBA, M-PED/04	7		18			25	1,0
Laboratorio di marketing		Francesco Pepe		22	3			25	1,0
	<b>TOTALI</b>		<b>42</b>	<b>22</b>	<b>111</b>			<b>175</b>	<b>7,0</b>



**Titolo del Master/Short Master proposto**

E-commerce Management e strategie digitali

**Al Magnifico Rettore**

**MODULO 2**

**Titolo del modulo**

**La Progettazione: dal sito web al blog personale e aziendale**


**Docente responsabile del modulo didattico**

**Salvatore Aprile**


Tematica della lezione / attività formativa	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		
liberalizzazione domini 1 livello: opportunita' per azieda e professionisti	APRILE	ESPERTO EST	14		36			50	2,0
le piattaforme per creare siti e blog senza linguaggi di programmazione	APRILE	ESPERTO EST	14		36			50	2,0
focus: come creare un blog con wordpress	APRILE	ESPERTO EST	14		36			50	2,0
il blog aziendale come veicolo commerciale per il sito	TOTORIZZO	ESPERTO EST	14		36			50	2,0
testimonial, blogger e influencer	LONGO	ESPERTO EST	14		36			50	2,0
		<b>Totali</b>	<b>70</b>		<b>180</b>			<b>250</b>	<b>10,00</b>



	<b>Titolo del Master/Short Master proposto</b>	E-commerce Management e strategie digitali	<b>Al Magnifico Rettore</b>						
<b>MODULO 3</b>	<b>Titolo del modulo</b>	<b>La creazione di profili e pagine aziendali: linkedin</b>							
	<b>Docente responsabile del modulo didattico</b>	<b>Ignazio Totorizzo</b>							
<b>Tematica della lezione / attività formativa</b>	<b>Docente</b>		<b>Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo</b>					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		
i profili personali su linkedin	TOTORIZZO IGNAZIO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
le foto, i video, i link e i file	ROBERTA LONGO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
La gestione e il mercato delle recensioni	DEBENEDITIS ELIANA	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
la selezione delle opportunità di lavoro in italia e all'estero	PALUMBO FILOMENA	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
Gli eventi live e la messaggistica	FLORIO PIETRO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
i recruiter e le pagine aziendali	FLORIO PIETRO	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
		<b>Totali</b>	<b>42</b>		<b>108</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>150</b>	<b>6,00</b>

 <b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO</b>	<b>Titolo del Master/Short Master proposto</b>	E-commerce Management e strategie digitali		<b>Al Magnifico Rettore</b>					
<b>MODULO 4</b>	<b>Titolo del modulo</b>	<b>Il piano di personal branding</b>							
	<b>Docente responsabile del modulo didattico</b>								
<b>Il piano di personal branding</b>	<b>Docente</b>		<b>Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo</b>					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 checkup di se stessi, il PB	Amelia Manuti /Filomena Palumbo	PA, UNIBA, M-PSI/06	14		36			50	2,00
il posizionamento personale nella job-area	de benedittis Eliana	Esperto esterno	14		36			50	2,00
diventare un punto di riferimento nella propria nicchia di mercato	de benedittis Eliana	Esperto esterno	7		18			25	1,00
Psicologia del Marketing	Manuti Amelia	PA, UNIBA, M-PSI/06	7		18			25	1,00
La linea grafica coordinata di sè stessi	Florio Pietro	Esperto esterno	7		18			25	1,00
Laboratorio di personal brandig	Alberto Fornasari	PA, UNIBA, M-PED/03		22	3			25	1,0
		<b>Totali</b>	<b>49</b>	<b>22</b>	<b>129</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>200</b>	<b>8,00</b>



 <b>UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO</b>	<b>Titolo del Master/Short Master proposto</b>	E-commerce Management e strategie digitali		<b>Al Magnifico Rettore</b>					
<b>MODULO 6</b>	<b>Titolo del modulo</b>	<b>Campagne DEM e Campagne Facebook</b>							
	<b>Docente responsabile del modulo didattico</b>	<b>Giuseppe Deleonibus</b>							
<b>Campagne DEM e Campagne Facebook</b>	<b>Docente</b>		<b>Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo</b>					impegno totale ore	CFU
	Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/l aboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività		
Il Direct e-mail marketing	Antonacci Domenico	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
La lead Generation	DeBenedittis Eliana	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
I chatbot	Florio Pietro	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
Il facebook Marketing	Roberta Longo	ESPERTO ESTERNO	7		18			25	1,00
Lo storytelling	Roncone Valeria	RUC UNIBA, SECS-P/11	14		36			50	2,00
La Crisis Communication	Passaro Pierluigi	UNIBA RUC, SECS-P/08	7		18			25	1,00
Laboratorio di campagne social	Donato Menga	Esterno		22	3			25	1,00
<b>Totali</b>			<b>49</b>		<b>129</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>200</b>	<b>8,00</b>
Stage								300	12
Prova finale								75	3
								<b>375</b>	<b>15</b>