
 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO	Titolo dello Short Master	Digital Transformation & Interactive Marketing (DiTIM)					Al Magnifico Rettore			
	MODULO FORMATIVO numero 1	Titolo del modulo	Advanced Marketing & Consumer Behaviour								
		Docente responsabile del modulo didattico	Prof. Cesare AMATULLI								
		Docenti		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo							
Tematica della lezione / attività formativa	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		
Marketing, Branding e Consumer Behaviour (Fondamenti di Marketing, Branding e Comportamento del consumatore)	Cesare AMATULLI	Professore Associato (SECS-P/08) - Università degli Studi "Aldo Moro" di Bari	8	0	17	0	0	25	1.00		
Elementi di Ricerche di Mercato (Metodologie di Ricerca Quantitativa)	Cesare AMATULLI	Professore Associato (SECS-P/08) - Università degli Studi "Aldo Moro" di Bari	3	0	6	0	0	9	0.38		
		Totali	11	0	23	0	0	34	1.38		



	UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO	Titolo dello Short Master	Digital Transformation & Interactive Marketing (DiTIM)					Al Magnifico Rettore			
	MODULO FORMATIVO numero 2	Titolo del modulo	New Technologies & Digital Marketing								
		Docente responsabile del modulo didattico	Dott. Andrea SESTINO								
			Docenti		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo						
	Tematica della lezione / attività formativa	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	
	Gestione dell'Innovazione e Management delle nuove tecnologie (Nuove tecnologie: IoT, AI, Blockchain, VR/AR. Modelli di accettazione della tecnologia. Integrazione delle nuove tecnologie lungo i processi di produzione ed erogazione di servizi)	Andrea SESTINO	Assegnista di Ricerca (SECS P/08) - Università degli Studi di Roma Tre; Adjunct Professor of Competitive Strategy - Università LUISS Guido Carli Roma	5	0	11	0	0	16	0.625	
	Digital Marketing Foundations	Andrea SESTINO	Assegnista di Ricerca (SECS P/08) - Università degli Studi di Roma Tre; Adjunct Professor of Competitive Strategy - Università LUISS Guido Carli Roma	4	0	9	0	0	13	0.500	
	Business Intelligence per le decisioni aziendali	Michele SCALERA	Ricercatore (ING-INF/05) - Università degli Studi "Aldo Moro" di Bari	2	0	4	0	0	6	0.250	
	Marketing Analytics	Andrea DE MAURO	Professore a Contratto Università Tor Vergata, Università degli Studi di Bari (ING-INF/05) - Head of Business Intelligence Vodafone Italia SpA	2	0	4	0	0	6	0.250	
			Totali	13	0	28	0	0	41	1.625	

 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO	Titolo dello Short Master	Digital Transformation & Interactive Marketing (DiTIM)	Al Magnifico Rettore							
MODULO FORMATIVO numero 3	Titolo del modulo	Digital Strategies & Business Cases								
	Docente responsabile del modulo didattico	Prof. C. Amatulli - Dott. A. Sestino								
Tematica della lezione / attività formativa	Docenti Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo						Impegno totale ore	CFU
			ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/laboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività			
Protezione e tutela del consumatore online	Daniela CATERINO	Professore Ordinario (IUS/04) - Università degli Studi "Aldo Moro" di Bari	4	0	9	0	0	13	0.500	
Digital Divide e diffusione della consapevolezza della cultura digitale	Alberto SIMONETTI	Dipartimento Trasformazione Digitale, Presidenza del Consiglio Dei Ministri	1	0	2	0	0	3	0.125	
La trasformazione digitale nel settore sanitario. Il caso di AXA Healthcare	Raffaele ATTRUIA	Sr Project Manager Health Beyond Insurance AXA Health Beyond Insurance AXA	1	0	2	0	0	3	0.125	
La rilevanza del Digital Marketing nella trasformazione digital del business. Il Caso Eataly	Patrizio DE BUSTIS	Marketing & Communication Manager - Eataly	1	0	2	0	0	3	0.125	
fattore abilitante per i nuovi business. Il caso EMOJLab, la startup Italiana di neuromarketing che misura le	Luca GIRALDI	Innovation Manager & CEO - EMOJLab	1	0	2	0	0	3	0.125	
		Totali	8	0	17	0	0	25	1.000	