

SOCIAL MEDIA MARKETING & WEB COMMUNICATION

Iulm, Master in comunicazione Web 2.0

UTILIZZO DEGLI STRUMENTI DI MKTG NON CONVENZIONALE E PLANNING DIGITALE

Conoscere le logiche del Web 2.0, comunicare efficacemente nei social media, produrre e disseminare i contenuti comunicativi necessari a rendere visibili i prodotti e autorevoli i brand all'interno della rete, utilizzare gli strumenti del marketing non convenzionale, applicare i metodi di rilevazione dei pubblici online, pianificare e rendere operativi i modelli e le tecniche di media planning digitale, padroneggiare gli aspetti tecnologici alla base dei nuovi media: questi e altri gli obiettivi for-



Formazione di professionisti di domani

mativi e i nodi tematici intorno ai quali si sviluppa il primo Executive Master della **Scuola di Comunicazione Iulm** in "Social Media Marketing & Web Communication. La comunicazione aziendale nel Web 2.0". Il Master si rivolge a professionisti della comunicazione aziendale, del marketing e delle relazioni pubbliche

operanti in aziende pubbliche e private, agenzie, centri media e concessionarie. Il percorso formativo, organizzato con le stesse logiche del network, è pensato per "connettere" i partecipanti con le principali aziende del settore, sponsor dell'iniziativa e fornitrici della totalità dei contenuti didattici proposti: **Ad Maiora, ad pepper media, Adacto, Bigmouthmedia Srl, BlogMeter, Dada, Google, Ibm Italia, Intarget.net, Microsoft Italia, Mail Up, Net Booster, Nielsen Online, NinjaMarketing, it, Sems, Zanox, 7th Floor.**

