



2026/ 2027

DigitalSchool
eCAMPUS UNIVERSITÀ

MASTER UNIVERSITARIO · CORSO POST-DIPLOMA · FULL ONLINE

Digital Marketing e AI

Programma e contenuti del Master/Corso
di formazione continua professionale
DIGITAL MARKETING E AI

Programma e contenuti

Cosa include il percorso

- **Lezioni on demand**
- **Lezioni in live streaming**
- **Workshop**
Canva e AI, Content Marketing, Meta Business Manager, TikTok Ads, SEO, Google Ads, Digital Analytics, Ecommerce con Wordpress e AI
- **Digital & Marketing Plan Tool**
- **Career Counseling**
- **Tirocinio**
interno o in aziende convenzionate
- **Tesi finale**
per laureati
- **Diploma di Master**
o ATTESTATO DI FREQUENZA con profitto

LEZIONI IN LIVE WEBINAR

Progettazione di Contenuti Digitali con Canva e AI

Fondamenti di Digital Marketing, AI & Customer Journey

Content Marketing e AI per i Social

Social Ads: Meta, LinkedIn e TikTok

SEO Tecnica e SEO Copywriting

Google Ads

E-commerce E AI

Digital Analytics – Analisi e Reportistica digitale

LEZIONI ON DEMAND

Tecniche pubblicitarie

Digital Marketing Strategico e Tattico

Tecniche di Marketing Digitale

Marketing Digitale Avanzato

Digital Marketing Plan

Privacy and Digital Communication Law

Contenuti dei corsi

Tecniche pubblicitarie

6 CFU

Il corso offre una panoramica completa sulle tecniche pubblicitarie e sui principi della comunicazione persuasiva, approfondendo i modelli teorici, i processi creativi e i meccanismi psicologici che influenzano il comportamento del consumatore. Attraverso lo studio del branding, della creatività, della comunicazione visiva e dell'evoluzione dei media, lo studente acquisirà una **visione organica del linguaggio pubblicitario**, comprendendo come strategie, messaggi e identità di marca contribuiscano all'efficacia della comunicazione e alla creazione di valore per aziende e organizzazioni.

Digital Marketing Strategico e tattico

6 CFU

Il corso approfondisce le strategie e gli strumenti del digital marketing, fornendo una visione integrata delle principali metodologie per pianificare, sviluppare e ottimizzare la presenza digitale di aziende e organizzazioni. Attraverso lo **studio del marketing strategico e tattico, della SEO, del content marketing, delle campagne pubblicitarie online, della marketing automation e dell'Intelligenza Artificiale applicata al marketing**, lo studente acquisirà le competenze necessarie per analizzare il mercato, interpretare i dati e sviluppare strategie digitali orientate al raggiungimento degli obiettivi di business.

Tecniche di Marketing Digitale

9 CFU

Il corso si propone di fornire allo studente un **quadro esaustivo delle principali metodologie utilizzate nel digital marketing nell'attuale contesto di mercato**, caratterizzato dall'uso intensivo di Internet e dei Social Media da parte dei consumatori. Particolare attenzione sarà dedicata alle nuove tecnologie emergenti e alle strategie avanzate che stanno rivoluzionando il marketing digitale.

LO STUDENTE APPRENDERÀ:

- marketing tradizionale e marketing digitale;
- ruolo e classificazione dei social media (Social network generalisti, Social network tematici, Social network di messaggistica);
- influencer marketing;
- Digital Marketing B2B;
- Digital Marketing B2C;
- la misurazione della redditività nel marketing e Data-driven marketing;
- Marketing automation;
- strategie SEO e SEM;
- User Experience (UX) e mappatura del customer journey;
- Intelligenza artificiale applicata al marketing;
- Tecnologie emergenti nel marketing digitale;
- privacy e sicurezza dei dati nel marketing digitale;
- Omnichannel marketing e integrazione tra online e offline;
- Lead generation e nurturing

Marketing Digitale Avanzato

6 CFU

L'insegnamento permette di comprendere le caratteristiche e le tecniche di base per l'analisi. Partendo da che modo il marketing digitale ha rivoluzionato il nostro modo di fare comunicazione e di coinvolgere il cliente, si apprenderanno le **tecniche di base per l'analisi di mercato, la definizione dei target-clienti e vari mezzi per entrare in contatto con i potenziali clienti, la progettazione di una strategia multicanale e di funnel marketing.**

IL CORSO SI COMPONE DAI SEGUENTI MODULI:

- state of digital;
- social media marketing e social media advertising;
- digital analytics;
- funnel marketing e advertising;
- digital strategy;
- performance marketing;
- e-commerce management

Digital Marketing Plan

3 CFU

Durante il corso verranno approfonditi i principi e le metodologie per la progettazione di un piano di marketing, strumento fondamentale per definire le strategie di sviluppo di un'impresa e tradurle in obiettivi, azioni operative e strumenti di controllo.

Lo studente apprenderà a definire il business aziendale e la value proposition, individuare gli obiettivi di marketing tradizionale e digitale, analizzare il mercato di riferimento, sviluppare strategie di posizionamento, segmentazione e targetizzazione e costruire le buyer personas. Il percorso approfondirà inoltre l'analisi della concorrenza, le matrici SWOT e PEST, la definizione della digital strategy, del digital marketing mix, del budget e del piano di implementazione con relativa pianificazione temporale.

Le attività saranno supportate dall'utilizzo di un software dedicato alla progettazione e gestione dei piani di marketing, che consentirà di applicare concretamente le metodologie e gli strumenti affrontati durante il corso.

Privacy and Digital Communication Law

3 CFU

Il corso approfondisce il quadro giuridico della protezione dei dati personali nel contesto dell'economia digitale, dedicando particolare attenzione ai principi e agli istituti fondamentali del Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR). Saranno esaminati i temi del consenso, delle basi giuridiche del trattamento, della profilazione, dei cookie e degli strumenti di tracciamento, nonché le problematiche connesse all'utilizzo dei dati personali nelle attività di marketing digitale e nei sistemi di intelligenza artificiale anche con analisi delle decisioni del Garante per la Protezione dei Dati Personali. Una specifica parte del corso è dedicata alla disciplina della comunicazione commerciale online, ai social media, all'influencer marketing e alla tutela dei consumatori nel mercato digitale.

Progettazione di Contenuti Digitali con Canva e AI

Programma

- Fondamenti di graphic design, processo creativo e progettazione attraverso moodboard.
- Principi di composizione, teoria del colore, tipografia e comunicazione visiva.
- Introduzione a Canva e alle funzionalità di Intelligenza Artificiale per la progettazione di contenuti digitali.
- Ideazione e sviluppo di concept creativi con il supporto dell'AI generativa.
- Progettazione di contenuti per social media, presentazioni, materiali di comunicazione, Reel e contenuti video.
- Ottimizzazione del workflow creativo integrando Canva e strumenti di Intelligenza Artificiale.

Fondamenti di Digital Marketing, AI & Customer Journey

— Evoluzione del comportamento del consumatore online

- Comprendere come stanno cambiando le abitudini dei consumatori digitali.
- Analisi del customer journey nei diversi touchpoint (sito web, social, e-mail, ecc.).
- Costruzione e ottimizzazione del funnel di conversione.
- Utilizzo dell'AI per tracciare comportamenti, prevedere intenzioni e migliorare l'esperienza utente.

— Concetti base della GenAI nel marketing

- Introduzione ai principali strumenti di GenAI applicati al marketing.
- L'AI per generare idee creative, produrre contenuti e campagne pubblicitarie targettizzate.
- Analisi del sentiment, dei trend e dei dati di mercato con modelli AI.

— Strategie di marketing data-driven con il supporto dell'AI:

- Utilizzo dei dati per guidare lo sviluppo delle strategie di marketing.
- Creazione di personas basate su comportamenti reali e segmentazione avanzata.

— Personalizzazione dell'esperienza cliente con l'AI

- Implementazione di chatbot intelligenti per l'assistenza e l'engagement.
- Utilizzo di contenuti dinamici basati su comportamenti e preferenze individuali.
- Progettazione di customer journey personalizzati e automatizzati.

Content Marketing e AI per i Social

Content Marketing, dalla strategia alla creazione:

- creare e condividere contenuti testuali e visuali per comunicare in modo efficace brand, prodotti e servizi, generando interesse e coinvolgimento.

Social Media Marketing:

- approfondire le basi del Social Media Marketing, comprendendo le logiche di piattaforme come Facebook, Instagram e LinkedIn.

AI per il Content Marketing, strumenti e applicazioni pratiche:

- usare l'AI (ChatGPT, Gemini, Midjourney) per migliorare tutte le fasi del content marketing: analisi, ideazione, produzione e distribuzione.

Analisi dei dati e Content Strategy data-driven:

- costruire una content strategy efficace, partendo dall'analisi degli insight e dallo studio di case history con Not Just Analytics.

Copywriting per i social & Personal Branding:

- sviluppo del proprio personal branding, con particolare attenzione a LinkedIn, utilizzando tecniche di copywriting persuasivo.

Laboratorio pratico, piano editoriale e Social Media Strategy:

- creazione di un piano editoriale con Canva, definizione della social media strategy e analisi delle performance con Fanpage Karma.

Social Ads: Meta, LinkedIn e TikTok

Programma

META ADS E LINKEDIN ADS:

- Fondamenti dell'advertising su Meta e LinkedIn e definizione degli obiettivi di campagna.
- Configurazione di Business Manager, Campaign Manager e account pubblicitari.
- Struttura delle campagne, audience e strategie di targeting B2C e B2B.
- Pixel, Conversion API, Insight Tag e strumenti di tracciamento.
- Creatività pubblicitarie, copywriting e analisi dei KPI.

WORKSHOP OPERATIVO

Realizzazione e ottimizzazione di campagne complete su Meta Ads e LinkedIn Ads.

TIKTOK MARKETING E TIKTOK ADS:

- Fondamenti di TikTok Marketing, algoritmo e strategia editoriale.
- Configurazione del Business Center e di TikTok Ads Manager.
- Struttura delle campagne, audience e strategie di targeting.
- TikTok Pixel, Events API e strumenti di tracciamento.
- Creatività per TikTok Ads, Spark Ads e strumenti AI.
- Analisi dei KPI e ottimizzazione delle campagne.

WORKSHOP OPERATIVO

Configurazione dell'ecosistema TikTok e realizzazione di campagne pubblicitarie complete.

SEO Tecnica e SEO Copywriting

Programma

- Fondamenti di SEO, funzionamento dei motori di ricerca e Search Intent.
- SEO tecnica: audit del sito, indicizzazione, Core Web Vitals e strumenti di analisi.
- Keyword research, analisi della SERP, competitor analysis e piano editoriale SEO.
- SEO Copywriting, Content Strategy e ottimizzazione dei contenuti secondo le linee guida Google (E-E-A-T).
- WordPress per la gestione di blog e contenuti ottimizzati.
- Intelligenza Artificiale per ricerca, scrittura, ottimizzazione e content repurposing.

WORKSHOP OPERATIVO

Progettazione, ottimizzazione e pubblicazione di contenuti SEO.

Google Ads

Introduzione a Google Ads:

- domanda latente e domanda consapevole
- quali sono le campagne su Google Ads?
- struttura di un account Google Ads
- strategie d'offerta in Google Ads
- metriche importanti in Google Ads

Le campagne su Google Ads:

- le campagne di ricerca, cosa sono e come sono strutturate
- le parole chiave e la keyword research
- DSA: dynamic search ads, un'altra variante nella rete di ricerca Google
- gruppi di annunci, annunci e asset nelle campagne di ricerca
- campagne Display
- segmento di pubblico: cos'è e come si crea
- campagne DemandGen e campagne Video

CAMPAGNE PERFORMANCE MAX:

- come strutturare i gruppi di asset
- cosa sono gli indicatori di pubblico e come si costruiscono
- come leggere i dati in una campagna Performance Max

Il supporto dell'IA in Google Ads:

- tool: Chat GPT, Claude AI
- che cosa davvero fa l'AI in Google Ads oggi (offerte, testi, immagini, pubblico)
- quando l'AI è utile, quando no
- come si usano strumenti come ChatGPT, Claude AI per aiutarsi a scrivere, cercare parole chiave, ispirarsi
- prompt efficaci per keyword research, copywriting, customer insights

ASPETTI PRATICI:

- creare un account Google Ads e collegarlo a Google Analytics
- fare una keyword research
- lanciare una campagna di ricerca

E-commerce E AI

Programma

- Installazione, configurazione e gestione di un sito WordPress.
- Personalizzazione del sito attraverso temi, page builder e plugin.
- Utilizzo dell'Intelligenza Artificiale per la progettazione di siti web e la generazione di contenuti.
- Sviluppo assistito dall'AI di funzionalità personalizzate, plugin e snippet di codice per WordPress.
- Ottimizzazione delle performance, della sicurezza e della SEO del sito.
- Automazione di processi e integrazione di strumenti AI all'interno dell'ecosistema WordPress.

WORKSHOP OPERATIVO

Realizzazione e personalizzazione di un sito WordPress con il supporto dell'Intelligenza Artificiale.

Digital Analytics – Analisi e Reportistica digitale

Fondamenti di Digital Analytics su Instagram

- Introduzione all'analisi dei dati social in ottica business
- Panoramica di Instagram Insights e principali metriche (engagement, reach, impression, follower growth)
- Spiegazione strumenti base di analisi integrati su Instagram
- Approccio AI per supportare l'interpretazione dei dati (introduzione a Google AI Studio, Perplexity)
- **Analisi di esempi pratici:** screenshot e casi reali per identificare pattern e insight
- **Creazione di report sintetici con Canva:** visualizzazione dati e comunicazione efficace

ESERCITAZIONE:

- Analisi guidata di un account Instagram aziendale (dati reali o simulati)
- Costruzione di un report Instagram Insights sintetico e visuale con Canva

Tecniche avanzate di analisi e introduzione multi-piattaforma

- Metriche avanzate e confronto periodi temporali su Instagram (trend, benchmark)
- Introduzione a strumenti di AI per prompt e suggerimenti di interpretazione dati (chat GPT e Perplexity)
- Cenni alla raccolta dati da altre piattaforme social (Facebook, TikTok, pinterest, Google ads, Google analytics)
- Principi di creazione di dashboard efficienti per il monitoraggio social
- Panoramica di Google Data Studio come strumento di reportistica avanzata su dati social

ESERCITAZIONE:

- Prompts per analisi AI e interpretazione dei dati Instagram
- Creazione di un mini-dashboard con metriche chiave

WORKSHOP AVANZATO (FACOLTATIVO)

- Analisi multi-piattaforma e dashboard avanzate
- Raccolta dati integrata da Instagram, Facebook, TikTok, e altre piattaforme
- Creazione e gestione di dashboard avanzate con Google Data Studio
- Simulazione di reportistica business: unione dati e sintetizzazione insight chiave
- Approfondimenti su tecniche di ottimizzazione tramite AI prompt generation (chat GPT, Perplexity)

Extra Live Lab

Laboratorio di Marketing & Digital Plan

3 CFU

Il laboratorio rappresenta il momento di applicazione pratica dell'insegnamento di **Digital Marketing Plan**. Attraverso l'utilizzo di un software dedicato alla progettazione strategica, lo studente svilupperà un **Digital Marketing Plan** strutturato, applicando metodologie e strumenti a una business simulation. Il percorso consentirà di consolidare le competenze acquisite durante il corso e di tradurle in un progetto strategico completo, dall'analisi del contesto alla definizione degli obiettivi e delle azioni di marketing.

Laboratorio finale previsto per i diplomati; partecipazione facoltativa per i laureati.

Il **Marketing & Digital Plan Tool** è una piattaforma progettata per accompagnare lo studente, passo dopo passo, nella realizzazione di un piano di marketing strategico. Attraverso un percorso guidato, consente di applicare in modo concreto le competenze acquisite durante il corso, sviluppando un Digital Marketing Plan strutturato su una business simulation o su un caso aziendale reale.

Durante il progetto **lo studente analizzerà il modello di business, il mercato di riferimento, i competitor e il target, definendo obiettivi, strategie e piano operativo**. Il tool guiderà inoltre la pianificazione delle attività di marketing tradizionale e digitale, supportando la costruzione di un progetto completo, realistico e orientato ai risultati.

Career Lab

Il progetto **Employability 4 Digital School** nasce con l'obiettivo di lavorare sull' "occupabilità" degli studenti, attraverso colloqui individuali motivazionali e di orientamento. I colloqui individuali (prenotabili online) sono affiancati da workshop dedicati a come approcciare il mondo del lavoro.

Come scrivere un curriculum in modo efficace

- Presentazione professionale "headline"
- CV anti-cronologico
- CV funzionale
- Colloquio di lavoro
- Come prepararsi al colloquio
- Le domande più frequenti
- Hard & soft skills, punti di forza e di debolezza
- Gli steps ed il processo di selezione

La ricerca attiva del lavoro

- Auto valutazione, competenze ed obiettivo professionale
- Come fare mappatura rispetto il proprio obiettivo professionale
- La ricerca attiva, lato selezione: LinkedIn Recruiter - ATS e Seo
- Ottimizzazione del profilo LinkedIn

Colloquio di lavoro

- Come prepararsi al colloquio
- Le domande più frequenti
- Hard & soft skills, punti di forza e di debolezza
- Gli steps ed il processo di selezione

Personal vision & IKIGAI

- Dal business model canvas, al personal business model canvas
- Focus su personal vision
- Il proprio progetto personale: IKIGAI
- Risorse e capacità

Intelligenza artificiale e ricerca del lavoro

- Evoluzione del concetto di fare recruiting
- Ottimizzare le proprie candidature
- Crea il tuo piano di sviluppo
- **Cosa sono e come riconoscere le keywords:** dove inserire le keywords e come trovare le parole chiave giuste per il tuo curriculum