MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

HARIM
Accademia
Euromediterranea

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

DURATA

La durata del Master in Marketing, Business & Communication è di un anno. L'anno accademico si apre nel mese di ottobre e si chiude nel mese di maggio. L'offerta didattica di 16 ore settimanali è svolta con la formula full immersion di 8 ore al giorno per 2 volte la settimana con l'aggiunta di un monte ore extra per alcune materie dell'area comunicazione. La scelta di questa formula oraria permette agli studenti fuori sede di poter frequentare comodamente le lezioni in sede. Sarà possibile inoltre usufruire della frequenza online in modalità "parziale" o "totale" a seconda delle necessità. Il nostro ufficio informazioni è a disposizione degli allievi per consigli sulla scelta dei corsi e sulla sistemazione logistica dei fuori sede. Nel corso dell'anno accademico, la preparazione raggiunta dall'allievo viene monitorata attraverso verifiche intermedie, esami orali e valutazioni dei lavori pratici.

OBIETTIVI

Il Master in Marketing, Business & Communication ha l'obiettivo di formare imprenditori digitali e manager nei ruoli chiave del Marketing e della Comunicazione in ogni segmento di mercato, grazie ad esperienze formativo – professionali concrete e a docenti altamente qualificati. Oggi, infatti, la crescita delle aziende è determinata dal successo delle azioni di marketing e dall'utilizzo degli strumenti operativi ad esse connessi.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

HARIM
Accademia Euromediterranea

ATTIVITÀ EXTRA-CURRICULARI

L'Accademia prevede diverse attività extra-curriculari, come seminari, fiere di settore, personal project, shooting e workshop professionalizzanti, per far confrontare gli studenti con il mercato già durante l'anno accademici. Inoltre, durante il corso dell'anno, saranno previsti interventi di ospiti influenti nel settore attraverso dirette Instagram e talk con la possibilità di interagire dal vivo.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

1° ANNO

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

Marketing & Business Management

Analisi strategica di marketing: metodologia e tecniche di analisi e ricerca. La politica di prodotto: tipologia e tipicità del prodotto, unique selling proposition, sviluppo di prodotto e delle collezioni. Product mix: branding, labelling, licensing. Standardizzazione, specializzazione, differenziazione o globalizzazione. La politica di distribuzione e la scelta del sistema distributivo; le alleanze distributive e la logistica.

Digital Marketing

Studio delle nuove tecnologie come strumento di sviluppo di un'impresa sempre più interconnessa e digitale. Attraverso le leve del marketing digitale, sarà possibile interpretare le esigenze contemporanea all'interno dei processi strategici che nascono dalla identificazione di K.P.I. specifici. Il corso fornirà la conoscenza dei processi analitici, degli strumenti strategici e di quelli operativi, con particolare riferimento al web e a tutte le tecnologie digitali. L'obiettivo è trasferire un know how di pianificazione e gestione di un piano di marketing digitale completo e integrato. Tecniche di SEO, SEM, DEM e progettazione WEB in ottica UI - UX, con un focus sull'ottimizzazione delle risorse digitali e del budget per un corretto posizionamento sui motori di ricerca e la costruzione della propria presenza online.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

HARIM
Accademia Euromediterranea

Digital Communication

La comunicazione: elementi fondamentali, strumenti e mezzi. Classificazione e analisi dei new media. Studio del linguaggio pubblicitario, strategie di comunicazione e pianificazione delle campagne pubblicitarie. Analisi ed utilizzo dei principali strumenti di comunicazione utilizzati dal panorama del fashion world: piattaforme di blogging, microblogging, social network, siti web, portali e magazine online. Studio e confronto delle strategie di posizionamento sul web dei principali fashion brand. Regole di web writing: editing di testi per il web adeguandoli alle differenze di linguaggio, logiche d'utilizzo e terminologie legate ai differenti strumenti del web. Netiquette e style guide. Media planning e messa in atto di una reale strategia di comunicazione digitale d'impresa. Moderazione di forum e gruppi di discussione, gestione di profili aziendali sui social network, redazione di materiale per attività promozionali tradizionali e sul web, strumenti nell'ambito giornalistico. La politica di vendita: il personal selling, il "quick response". La strategia postvendita e la gestione delle controversie.

Retail & Sales Management

La struttura e l'organizzazione del retail in Italia e all'estero. Fondamenti di consumer e retail marketing. Strategie distributive. La supply chain e l'efficienza della distribuzione. il processo decisionale di acquisto e di consumo. Gestione di una rete di vendita. E-business, e-commerce e l'omnicanalità. Store design e comunicazione del brand attraverso il punto vendita. Il sales management: comunicazione e negoziazione nel rapporto con il cliente. Gli aspetti contrattuali, legali ed economici nel retail process.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

Content Design

Il corso permetterà di comprendere e approfondire le dinamiche che attraversano la comunicazione digitale. Gli studenti conosceranno e impareranno ad usare gli strumenti fondamentali per analizzare, pianificare e attuare strategie di comunicazione digitale. Attraverso lo studio delle tecniche di copywriting: gli studenti impareranno ad usare il giusto linguaggio e la giusta forma per i diversi contesti comunicativi. Le competenze acquisite durante il corso permetteranno di sviluppare progetti di comunicazione per il web e i social media, di imparare le tecniche di content design e content curation. Il trasferimento delle competenze avverrà attraverso metodologia learning by doing. Approfondimento della conoscenza e l'uso dei social media e di altri strumenti digitali formando digital strategist, copywriter, social media manager e redattori per contenuti digitali. Produzione di contenuti per siti web, blog e social network, sviluppo di piani editoriali per iniziative digitali ed acquisizione dei fondamenti di SEO e SEO copywriting. Utilizzo dei CMS di WordPress e le principali piattaforme per la promozione a pagamento dei contenuti sui social network. Le competenze acquisite permetteranno agli studenti di produrre un piano di comunicazione completo ed efficace.

Computer Grafica

Nozioni d'informatica applicate alla comprensione e all'utilizzo della computer grafica per il trattamento dei file digitali. Primo approccio con gli strumenti informatici necessari per ritoccare, elaborare, migliorare e applicare effetti speciali alle immagini. Fondamenti della progettazione grafica, della parola scritta, dell'immagine. Il programma si sviluppa con lezioni pratiche al computer, utilizzando il software di fotoritocco.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

HARIM
Accademia Euromediterranea

Web Design

Questo corso vi fornirà le competenze tecniche e conoscenze concettuali per creare e gestire siti web professionali. Potrai imparare le basi di web design tra cui HyperText Markup Language (HTML), la creazione di collegamenti e l'applicazione di fogli di stile a cascata (CSS) a pagine web. Potrai inoltre gestire un sito web utilizzando i CMS.

Brand identity and Communication

Analisi dei trend; riflessione su marchi e collezioni d'impatto. Excursus sulla fenomenologia dei grandi brand innovativi. Il percorso per l'ideazione di un trend efficace. Analisi e confronto delle strategie comunicative moderne.

Inglese

Conversazione applicata ai diversi ambiti professionali tra i quali la comunicazione aziendale e pubblicitaria. L'obiettivo è di giungere ad un'avanzata capacità comunicativa, di comprensione e produzione di testi di diversa tipologia (da forme sintetiche e immediate di comunicazione a forme più complesse come l'articolo di giornale, gli articoli per il web, ecc.). Attraverso role-play ed esercitazioni pratiche gli studenti dovranno essere in grado di interagire in base a ruoli assegnati.

Organizzazione aziendale

Studio del sistema organizzativo e la struttura aziendale, a partire dagli strumenti di base per la definizione e la gestione dei processi aziendali, inclusi quelli caratterizzati da tecnologie dell'informazione. Si esamineranno con concretezza delle realtà aziendali per analizzare le sfide che i manager devono affrontare nel loro lavoro, e le dinamiche relative ai comportamenti individuali e di gruppo.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

Social Media Marketing

Social Network vs. Social Media: panoramica sul vasto mondo dei social: Instagram, Pinterest, Tik Tok. Un percorso formativo finalizzato all'analisi delle dinamiche di funzionamento tecnico dei principali social network. Con particolare attenzione a Facebook e Instagram, ma anche LinkedIn, Twitter e Pinterest. L'obiettivo principale è quello di acquisire le competenze teorico-pratiche per la gestione strategica di pagine ufficiali e profili business. Un modulo didattico di livello avanzato con l'obiettivo di rendere gli studenti autonomi nella realizzazione di una strategia di Social Media Marketing e, capaci di gestire in modo ragionato e funzionale l'uso della piattaforma Facebook Ads per la pianificazione, il monitoraggio e la reportistica di campagna advertising ad obiettivi diversificati. Sito web e blog: differenze tecniche e utilizzo. Brand vs Brand Identity. L'arte del Copy: la creazione di un naming e del suo Pay-off. Il posizionamento di uno sito web, analisi strategica e attività. Influencer Marketing: panoramica su una strategia digitale in ascesa. Mail Marketing: caratteristiche e utilizzo. Facebook Ads: obiettivi, target, creatività. Facebook Ads e Business Manager.

Portfolio lavori

Creazione di un portfolio creativo attraverso l'utilizzo del software di Indesign. Studio preliminare per la selezione dei contenuti e scelta dei criteri di progettazione, che forniranno le chiavi interpretative per la presentazione del candidato come professionista nel settore di riferimento, in occasione di project works, colloqui ed assessment nel mondo lavorativo.

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

MATERIE - 1°anno

HARIM
Accademia Euromediterranea

E-Commerce

Studio degli aspetti strategici e operativi legati all'adozione di nuovi modelli di business focalizzati sul mondo digitale, concentrandosi in particolare sul ruolo delle tecnologie internet-based nell'impresa e nelle relazioni con gli stakeholder. Dal marketing plan alla piattaforma di vendita online si passerà agli strumenti di email marketing, content marketing e digital advertising. Attraverso lo studio di casi pratici, la partecipazione a lavori di gruppo e l'incontro con consulenti e manager attivi nei contesti digitali, il corso consentirà di sviluppare le competenze necessarie per un efficace utilizzo delle tecnologie nel business di impresa, oggi imprescindibile nell'acquisizione di nuovi canali di vendita globali.

Self marketing & Soft Skills

Imparare a considerare se stessi come prodotto, studiare e applicare gli strumenti di marketing per il conseguimento degli obiettivi personali. Condurre delle negoziazioni, creare il proprio cv in italiano e in inglese, redigere una lettera di presentazione, gestire le telefonate, scrittura delle e-mail in italiano e in inglese per prendere appuntamenti, messaggi e per il customer service, oltre a sviluppare competenze specifiche per la realizzazione di meeting e presentazioni aziendali

MARKETING, BUSINESS AND COMMUNICATION

CONTATTI

Harim - Sede Centrale

Via Gabriele D'Annunzio, 31 – 95128, Catania (CT)
Tel/ Fax (+39) 095 7164138

Harim Hub

Via Pietro Toselli, 31 – 95129, Catania (CT)
Tel (+39) 0952866357

info@harim.it

www.harim.it
www.castdiva.com
www.harimag.com
www.madeinmedi.org