



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



Università Cattolica e IAB Italia: al via le selezioni al Master in Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva.

Milano, 8 settembre 2015. Sono aperte le iscrizioni per la settima edizione del [Master in Comunicazione, marketing digitale e pubblicità interattiva](#) dell'Università Cattolica: il Master è nato per iniziativa delle Facoltà di Lettere e Filosofia e Scienze Politiche e Sociali nel quadro delle attività dell'[Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo](#) e in collaborazione con [IAB – Interactive Advertising Bureau](#).

Grazie alla collaborazione con IAB Italia e i professionisti del settore, nel corso degli anni il Master ha formato esperti in grado di operare come figure specializzate in diversi ambiti dell'area digital in qualità di account, pianificatori, addetti al marketing e alla comunicazione all'interno di aziende, agenzie, concessionarie, centri media ed editori.

Caratteristica distintiva del Master è la formazione orientata alla comprensione delle dinamiche più aggiornate della comunicazione pubblicitaria digitale attraverso i social media, gli strumenti del web 2.0, il mobile, i motori di ricerca: numerosi sono i corsi e laboratori dedicati all'analisi al performance-based advertising (Retargeting, Real Time Bidding, Social Media Advertising e Mobile Advertising).

Attualmente tra i diplomati al Master troviamo figure impiegate come eCommerce manager, SEM manager, digital media planner, trade marketing specialist, business developer, biddable specialist, digital performance manager, account manager, project manager, social media specialist.

Il Master è diretto da **Fausto Colombo, Ordinario di Teoria della comunicazione e dei media presso l'Università Cattolica**, e da **Carlo Nosedà, Presidente di IAB Italia, Co-founder e Managing Partner di M&C Saatch**.

“Il Master è uno dei punti di eccellenza dell'offerta didattica della nostra Università – afferma **Fausto Colombo** – e ci poniamo l'obiettivo, anche quest'anno, di formare futuri professionisti del digitale che siano preparati, intraprendenti, con spiccate doti analitiche ma anche appassionati e curiosi”.

La formazione si basa sull'integrazione di insegnamenti teorico culturali e tecnico – professionali. Tutte le attività didattiche del Master sono integrate da case histories e testimonianze del mondo del lavoro. Vengono realizzati anche workshop tematici e project work sotto la guida di manager del settore.

Il corpo docente comprende docenti dell'Università Cattolica e operatori del marketing digitale, del web marketing, del mobile marketing, dei motori di ricerca.

Nell'ambito delle precedenti edizioni del Master, gli studenti hanno partecipato al Google Online Marketing Challenge, competizione internazionale di online marketing riservata agli studenti, sempre con ottimi risultati e arrivando nel 2011 secondi a livello mondiale nella categoria NGO.

“Punto di forza del nostro Master - nota **Nicoletta Vittadini**, docente di Web e Social Media dell'Università Cattolica e responsabile per il Master dei rapporti istituzionali – è la collaborazione con IAB, sia nell'ideazione e organizzazione dell'offerta didattica, sia per il supporto al placement. Il master prevede, infatti, un periodo di stage finalizzato all'inserimento formativo nel contesto reale della comunicazione e del marketing digitale presso aziende convenzionate con l'Università Cattolica e associate IAB”.

“In Italia osserviamo come la nostra Industry di riferimento sia da un lato in crescita, basti pensare che siamo diventati il quarto mercato in Europa per quanto riguarda l'Adv online, dall'altro sente però ancora la mancanza di figure professionali in grado di rispondere alle esigenze del settore. La collaborazione con l'Università Cattolica ci permette di formare in modo adeguato le future leve del Digitale in Italia. - Commenta **Carlo Nosedà, Presidente di IAB Italia** – La formazione è uno dei nostri obiettivi principali e siamo davvero molto orgogliosi di sottolineare che i diplomati del Master si inseriscono facilmente nel mondo del lavoro. Come Associazione, poi, non possiamo che essere entusiasti del fatto che molte di queste risorse sono entrate a far parte di realtà che aderiscono a IAB Italia.”

Nelle precedenti sei edizioni il Master ha avuto ottimi risultati: ha sinora formato oltre 120 professionisti, il 90% dei diplomati è attualmente occupato in imprese del settore. Infatti nel corso degli anni il corso ha aiutato decine di soci IAB e aziende a trovare risorse da inserire nel proprio organico.

Nelle prime sei edizioni, l'80% degli studenti ha ottenuto uno stage formativo una settimana dopo la fine delle lezioni, percentuale che è salita al 100% dopo tre mesi.

Nel caso dell'ultima edizione, il 75% degli studenti ha un contratto di lavoro e il 15% di tirocinio a 3 mesi dalla fine del Master.

In queste settimane sono in corso i colloqui per la selezione dei 20 candidati ammessi per il nuovo anno accademico: le richieste di ammissione sono cresciute negli anni, partendo da 40 nella prima edizione e arrivando a oltre 100 domande di iscrizione per l'anno in partenza, con richieste sia dall'Italia sia dall'estero (in particolare dalla Russia).

E' ancora possibile fare domanda di ammissione alla prossima edizione del Master entro il 1 ottobre, al seguente indirizzo:

<http://almed.unicatt.it/almed-comunicazione-marketing-digitale-e-pubblicita-interattiva-ammissione>

Le lezioni dell'anno accademico 2015/2016 inizieranno il 19 di ottobre.

Informazioni su IAB Italia:

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è quello di contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media.

Oltre a importanti attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa.

Ufficio stampa IAB ITALIA

Maria Abbatescianni – maria.abbatescianni@bm.com

Burson Marsteller - Tel. 02 72143547

Ufficio Stampa Università Cattolica

Emanuela Gazzotti - emanuela.gazzotti@unicatt.it

tel +39 02 7234 2307 cell +39 335 1223934