

**EXECUTIVE  
MASTER IN  
WEBMARKETING**

TEORIA, METODOLOGIE,  
TECNICHE E STRUMENTI  
PER WEB MARKETER

**DEL 75%  
DEGLI  
ISCRITTI  
TROVA  
LAVORO  
SUBITO**



The background is a solid teal color. Overlaid on this are two large, stylized, semi-transparent letters: a 'G' on the left and an 'R' on the right. In the center, there is a bright yellow circle. Inside this circle, the text 'IV EDIZIONE' is written in a black, outlined, sans-serif font. The 'IV' is positioned above 'EDIZIONE'.

IV  
EDIZIONE

1000

**ORE** (formula weekend)

25

**POSTI**

10

**BORSE DI STUDIO**

9

**DOCENTI**

# STAGE

ANCHE NELL'ULTIMA EDIZIONE,  
DATA LA GRANDE RICHIESTA DI FIGURE  
SPECIALIZZATE NEL SETTORE DA PARTE DELLE  
AZIENDE, C'È STATA LA POSSIBILITÀ DI EFFETTUARE  
- DA PARTE DEGLI STUDENTI CHE LO HANNO  
RICHIESTO - STAGE CON ASSUNZIONI.

**Gli studenti paganti dell'Executive Master in Digital Marketing avranno l'opportunità di frequentare un tirocinio retribuito presso una grande impresa del territorio, previo superamento di un esame alla fine del corso.**

**GLI STAGE SONO STATI SVOLTI  
PRESSO GRANDI AZIENDE ITALIANE.**

# IL DIRETTORE PRESENTA IL MASTER



"L'Executive Master in Web Marketing della GOGOaccademy, considerato tra i migliori in Italia, con l'obiettivo di formare figure professionali, Digital Manager e non solo, capaci di gestire e pianificare un piano Web Marketing in tutti i suoi aspetti teorici ed operativi.

Social media strategy, Analytics, SEO, SEM e creatività sono solamente alcune delle leve strategiche e operative lungo le quali si articola una disciplina in continuo divenire.

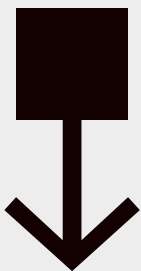
I numeri del master parlano da soli: circa 310 partecipanti (studenti e dipendenti di aziende) nelle tre passate edizioni e un placement del 75% dei partecipanti disoccupati.

Il digitale è oramai un'ineludibilità.

Questa non è una tesi ma è un fatto con il quale le imprese, anche le più reticenti, sanno di dover fare i conti.

Mancano però le figure professionali capaci di rispondere a questa esigenza. Scopo del master è colmare questo gap.

# A CHI SI RIVOLGE



- **Aziende** che vogliono formare personale interno per sviluppare la loro attività web.
- **Operatori della comunicazione del marketing** e delle ricerche di mercato interessati ad acquisire le competenze necessarie a utilizzare i media digitali e i social media e a gestire in modo efficace piani di comunicazione innovativi in grado di integrare media tradizionali e nuovi media.
- **Professionisti della comunicazione** e della pianificazione pubblicitaria operanti in agenzie, centri media, concessionarie che vogliono aggiornare la propria professionalità in relazione alle nuove opportunità offerte dalla rapida evoluzione dei media digitali e della Rete.
- **Laureati nell'ambito delle scienze della comunicazione**, marketing, relazioni pubbliche e pubblicità.
- **Non laureati** appassionati del settore digitale.

# 13 OBIETTIVI

- 1. Progettare** una Digital Strategy e tradurla nel piano di marketing digitale.
- 2. Tracciare** le metriche fondamentali di performance per valutare il ROI.
- 3. Ottimizzare** i tassi di conversione ed ampliare la base clienti.
- 4. Completare** in ottica SEO e SEM le pagine aziendali.
- 5. Padroneggiare** i canali di acquisizione utenti in ottica multiplatforma.
- 6. Migliorare** la visibilità sui motori di ricerca.
- 7. Implementare** attività di engagement per la tua audience digitale.
- 8. Creare** una digital experience rilevante per il mercato di riferimento.
- 9. Disegnare e scrivere** una Social Media Strategy a 360 gradi.
- 10. Organizzare** la funzione di Social Media Management in un'azienda di qualsiasi dimensione.
- 11. Impostare** i piani di Content Marketing più appropriati per ogni Social Network.
- 12. Coinvolgere** una Community in maniera efficace.
- 13. Sviluppare** campagne pubblicitarie ed inserzioni sui Social Network più popolari.

# LE LEZIONI

Le lezioni saranno svolte nelle giornate di venerdì e sabato e ciascuna di esse offrirà una parte teorica e una pratica in modo tale da avere un contatto diretto con il mondo del Web Marketing applicato.

Le giornate non avranno uno standard ben preciso. Ogni docente utilizza una metodologia propria in base agli obiettivi della propria lezione.

A fine di ogni incontro agli studenti verranno forniti i materiali didattici per poter approfondire lo studio degli argomenti.

L'Executive master in Web Marketing inizierà **a Gennaio 2025 e si concluderà a Luglio 2025**

## ORARI

VENERDÌ 9.00-13.00 / 14.00-18.00

SABATO 9.00-13.00



# PROGRAMMA DIDATTICO

**MODULO I – GLI STRUMENTI DEL WEB MARKETING**

**MODULO II – VENDERE CON LE COMUNITÀ**

**MODULO III – WEB E SOCIAL LISTENING & DIGITAL REPUTATION ANALYSIS**

**MODULO IV – I SOCIAL NETWORK**

**MODULO V – IL SOCIAL FORMAT MARKETING**

**MODULO VI – L'E-COMMERCE**

**MODULO VII – FONDAMENTI DI MARKETING 3.0**

# I NOSTRI SUPER DOCENTI

I docenti dell'Executive Master in Digital Marketing della **GOGOaccademy** sono tra i migliori professionisti e docenti di settore. Questo grazie al nostro impegno costante nel migliorare l'offerta didattica anno dopo anno.

Ad oggi vantiamo la presenza di esponenti dei grandi nomi del mondo web come:

**Google, Luxottica e Yoox.**



**Guido Medugno**



**Paolo Sacchetti**



**Ivano Scuderi**



**Dario Ciraci**



**Orazio Spoto**



**Americo Bozzaffia**



**Patrizio Epifani**



**Nicolò Capone**



**Mauro Facondo**



**Simona Leonelli**



**Nicola Longo**



**Chiara Bendotti**



**Marco Rinaldi**



**Stefano Renzetti**



**Marco Abbonizio**



# SCHEDA DOCENTE

**WALTER D'AMARIO**

-

**PIANIFICAZIONE E WEB MARKETING**

**SOCIAL ADVERTISING**

**CAMPAGNE INFLUENCER**



Dottore di ricerca in informatica, giornalista collaboratore di La Repubblica e Il Corriere della Sera, esperto del mondo dei new media con all'attivo consulenze con aziende ed istituzioni nazionali e internazionali.

Collabora con diverse Università nel campo della ricerca sui temi legati al Web Social Marketing.

CEO dell'agenzia di comunicazione camera203.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. GESTIRE CAMPAGNE PUBBLICITARIE SUI SOCIAL**
- 2. PIANIFICARE UN PROGETTO DI WEB MARKETING**
- 3. ORGANIZZARE E GESTIRE UNA CAMPAGNA INFLUENCER**



# SCHEDA DOCENTE

**PATRIZIO EPIFANI**

-

**L'IMPORTANZA DEI CONTENUTI**

**COME CREARE UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA**

**IL LAVORO DI AGENZIA**



Copywriter. Ha lavorato a Milano su ING Direct, Luxottica, The Economist, Nivea, Chevrolet, Kraft e altri.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. IDEARE UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA**
- 2. CONOSCERE LE FIGURE E IL MODO DI LAVORARE DI UN'AGENZIA**
- 3. GESTIRE UN BRIEF**



# SCHEDA DOCENTE

**STEFANO RENZETTI**

-

**GOOGLE ADWORDS**

**GOOGLE ANALYTICS**

**CAMPAGNE TO DRIVE**



Esperto in strategie di marketing digitali dalla pianificazione all'esecuzione, dal Branding al pay per clic, sono un Googler ed un Teatino doc. Dopo il conseguimento della laurea specialistica in Economia e Management, ho lavorato nel Marketing per diverse aziende Multinazionali quali Ducati, General Motors e Louis Vuitton. Ora Aiuto le aziende di tutto il mondo a far crescere il loro business mediante l'utilizzo delle diverse piattaforme di web Advertising, specialmente attraverso Google AdWords.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. PIANIFICARE E GESTIRE CAMPAGNE ADWORDS**
- 2. SAPER LEGGERE I DATI DI GOOGLE ANALYTICS**
- 3. PIANIFICARE CAMPAGNE ADV CON COSTO PER CONTATTO SOTTO LA MEDIA**



# SCHEDA DOCENTE

**MAURO FACONDO**

-

**PIATTAFORME DI MONITORAGGIO**

**TOOL ESSENZIALI**

**HOOTSUITE**



Consulente in comunicazione e formatore manageriale.

Fa parte del network Professionisti Liberi e collabora con Istituti quali LUISS Business School, Scuola Superiore di Amministrazione Pubblica e degli Enti Locali (CEIDA), Fondazione CRUI (Conferenza dei Rettori delle Università Italiane), Scuola di giornalismo "Dino Buzzati" dell'Ordine dei Giornalisti del Veneto.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. UTILIZZARE HOOTSUITE**
- 2. CONOSCERAI E SAPRAI GESTIRE I TOOL PIU' INNOVATIVI**
- 3. PRENDERAI DIMESTICHEZZA CON LE PIU' IMPORTANTI PIATTAFORME DI WEB REPUTATION**



# SCHEDA DOCENTE

**DARIO CIRACÌ**

-

**L'IMPORTANZA DEL SEO**

**PIATTAFORME PER L'ANALISI DEL SEO**

**CREARE E GESTIRE CONTENUTI DI VALORE**



Content Creation Curation and Management "CCCM"

Co-fondatore e autore del blog Webinfermento. E' stato tra i primi in Italia a studiare e a scrivere di Social Media Marketing nei blog, portando Webinfermento, il blog dell'omonima agenzia, a diventare in poco tempo uno dei punti di riferimento del panorama italiano del web marketing: [www.webinfermento.it](http://www.webinfermento.it).

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. OTTIMIZZARE UN SITO INTERNET**
- 2. FARE CAMPAGNE DI LINK BUILDING**
- 3. CREARE E GESTIRE CONTENUTI**





# SCHEDA DOCENTE

**SIMONA LEONELLI**

-

**GLI ELEMENTI DEL MARKETING**

**INDAGINI DI MERCATO**

**BUSINESS PLAN**



Docente di economia presso l'Università "G. D'Annunzio" di  
Chieti-Pescara.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. CONOSCERAI GLI STRUMENTI DEL MARKETING**
- 2. CONOSCERAI DOVE E COME RICERCARE I DATI**
- 3. SAPRAI PIANIFICARE UN BUSINESS PLAN**



# SCHEDA DOCENTE

**ORAZIO SPOTO**

-

**INSTAGRAM**

**STRUMENTI PER INSTAGRAM**

**LA FOTO PERFETTA**



Tra i massimi esponenti italiani di Instagram. Tra i fondatori in Italia di Instagramers la community italiana degli appassionati di Instagram, applicazione per iPhone, Android e ora Windows Phone che vanta oltre 400 milioni di utenti nel mondo di cui 8,4 milioni in Italia.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. SAPRAI PIANIFICARE LA PRESENZA SU INSTAGRAM**
- 2. POTRAI PIANIFICARE DEI CONTEST SU INSTAGRAM**
- 3. CONOSCERAI GLI STRUMENTI CHE TI PERMETTERANNO DI MONITORARE E GESTIRE I TUOI PROFILI**



# SCHEDA DOCENTE

**NICOLÒ CAPONE**

-

**EMAIL MARKETING**

**PIATTAFORME PER L'EMAIL MARKETING**

**LA NORMATIVA DELL'EMAIL MARKETING**



Fonda nel 2003 ADVMedia, società specializzata nel fornire soluzioni web e consulenza strategica alle aziende web oriented, enti no-profit e pubbliche amministrazioni che intendono avvalersi di strumenti e professionalità per: sviluppo, mantenimento e visibilità dei propri progetti in Rete, lead generation, email marketing, automatizzare i processi attraverso la marketing automation, fidelizzare la clientela attraverso sistemi web based e software SaaS.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. GESTIRE UNA NEWSLETTER**
- 2. UTILIZZARE UNA PIATTAFORMA PER LA DEM**
- 3. CONOSCERAI LA NORMA PER TUTELARE LA TUA AZIENDA**



# SCHEDA DOCENTE

**AMERICO BAZZOFFIA**

-

**VIDEO EDITING**

**VIRALITÀ**

**YOUTUBE**



Tra i più noti esperti di comunicazione pubblicitaria integrata svolge e a svolto attività didattica in qualità di: Docente di Marketing e Comunicazione presso diverse università ed istituzioni.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. IMPARERAI AD UTILIZZARE YOUTUBE**
- 2. SAPRAI PIANIFICARE UN VIDEO VIRALE**
- 3. CONOSCERAI LA GRANDE FORZA DEI VIDEO CREATIVI**



# SCHEDA DOCENTE

**IVANO SCUDERI**

-

**ADV**

**IL REAL TIME MARKETING**

**CREATIVITÀ**



Creativo e copywriter. Vincitore di diversi premi internazionali.

Attualmente lavora come creative manager per il gruppo Conde

Nast. In passato ha svolto diversi ruoli presso diverse realtà

internazionali, come ad esempio, Discovery Channel.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. SAPRAI REALIZZARE ADV PUBBLICITARIE**
- 2. CONOSCERAI LE TECNICHE PUBBLICITARIE E DI  
MARKETING**
- 3. COMPENDERAI L'IMPORTANZA DELLA CREATIVITÀ  
SUI SOCIAL MEDIA**



# SCHEDA DOCENTE

**BENDOTTI CHIARA**

-

**LA NORMA SULLA PRIVACY E IL TRATTAMENTO DEI  
DATI PERSONALI**

**IL GDPR**

**IL DIGITAL E LA PRIVACY**



Consulente Privacy per diverse società italiane operanti nel settore digital. Esperta in materia di tutela dei dati personali soprattutto nel settore del digital e dell'e-commerce.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. CONOSCERE LE NORME**
- 2. PIANIFICARE UN MODELLO PER LA PRIVACY  
E IL TRATTAMENTO DEI DATI**
- 3. ORGANIZZARE E GESTIRE LA POLICY DI  
UN SITO INTERNET**



# SCHEDA DOCENTE

**NICOLA LONGO**

-

**WORDPRESS**

**WORDPRESS E I PLUGIN**

**LE BASI DEL WEB DESIGNER E WEB DEVELOPER**



Web Designer e Web Developer collabora con diverse web agency nazionali ed internazionali. Dal 2016 è docente presso l'Istituto Infobasic di Pescara nei corsi di Web Design, Web Development e Sviluppo Software e App.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. PROGETTARE UN SITO**
- 2. REALIZZARE UN SITO WORDPRESS**
- 3. INSTALLARE E SETTARE PLUGIN BASE**



# SCHEDA DOCENTE

**MARCO RINALDI**

-

**PIANIFICAZIONE ATTIVITÀ DI MARKETING AUTOMATION**

**GERTIRE I DATI DI UN ECOMMERCE**

**CONOSCERE LE PIATTAFORME DI MARKETING AUTOMATION**



Software Developer e Delivery Manager con approfondita conoscenza del mondo ecommerce. Ha contribuito alla realizzazione delle piattaforme di famosi brand di moda italiani ed esteri. Ha lavorato diversi anni presso Yoox come Manager.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. GESTIRE DI MARKETING AUTOMATION**
- 2. PIANIFICARE UN PROGETTO DI REMARKETING**
- 3. ORGANIZZARE E GESTIRE UNA CAMPAGNA  
MARKETING AUTOMATION**





# SCHEDA DOCENTE

**GUIDO MEDUGNO**

-

**E-COMMERCE**

**WORDPRESS**

**AGILE SCRUM**



L'organizzazione del lavoro di team è fondamentale per il successo di ogni progetto. In passato ho creato e gestito siti e-commerce di piccole e grandi dimensioni, sono stato team leader in YOOX NET-A-PORTER; ora mi occupo di Omnichannel per Luxottica.

## 3

### COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI

1. PIANIFICARE UN PROGETTO E-COMMERCE
2. GESTIRE LA CUSTOMER SATISFACTION
3. ORGANIZZARE E GESTIRE UN TEAM DI LAVORO



# SCHEDA DOCENTE

**MARCO ABBONIZIO**

-

**BRANDING SU LINKEDIN**

**PIANO EDITORIALE SU LINKEDIN**

**LINKEDIN ADS**



Social Media Strategist e Copywriter specializzato in META ads, LinkedIn ads e creazione crossmediale di contenuti in ambito B2B e B2C.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. ANALISI DEL BRANDING SU LINKEDIN**
- 2. PIANO EDITORIALE SU LINKEDIN**
- 3. GESTIONE LINKEDIN ADS**



# SCHEDA DOCENTE

**PAOLO SACCHETTI**

-

**BRANDING**

**BRAND SYSTEM CON CANVA**

**APPLICAZIONE DEL BRAND**



Art director e Graphic designer specializzato nello sviluppo di sistemi di comunicazione nel campo del branding, dell'identità visiva, dell'editoria e del web design.

## 3

### **COSE CHE SAPRAI FARE DOPO LE LEZIONI**

- 1. PIANIFICARE UN PROGETTO DI BRAND IDENTITY**
- 2. ORGANIZZARE LE LINEE GUIDA DEL BRAND SU CANVA**
- 3. PROGETTARE CONTENUTI DIGITALI BRANDIZZATI**

# OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI



SOCIAL MEDIA MANAGER  
COPY  
CREATIVO  
ADV SPECIALIST  
SEO&SEM SPECIALIST SEO SPECIALIST. ...  
PAY PER CLICK SPECIALIST. ...  
REAL TIME BIDDING SPECIALIST. ...  
WEB ANALYTICS SPECIALIST O MANAGER. ...  
EMAIL MARKETING SPECIALIST. ...  
USER EXPERIENCE SPECIALIST. ...  
WEB MARKETING MANAGER E WEB SPECIALIST.  
E MOLTI ALTRI ANCORA

# DICONO DI NOI



## **IMMACOLATA BASILE**

"Ho scelto il master per perfezionare le mie competenze in web marketing. I risultati sono stati positivi, ora lavoro per una grande azienda mondiale"

*Immacola Basile* – Studente



## **MATTIA GALANTE**

"Radio Delta1 ha avuto immensi benefici dal master. Abbiamo imparato ad utilizzare diversi strumenti, tra i quali quello delle dirette Facebook che sono state estremamente utili al nostro business"

Mattia Galante – Radio delta 1

Abbiamo imparato ad utilizzare diversi strumenti, tra i quali quello delle dirette Facebook che sono state estremamente utili al nostro business"

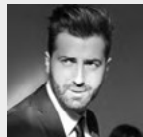
*Mattia Galante* – Radio delta 1



## **LISA DI BATTISTA**

"Grazie alla possibilità del master di effettuare uno stage, sono stata assunta da una grande azienda italiana"

*Lisa Di Battista* – Ex studentessa



## **LUCA D'ALESIO**

"Due mesi e già lavoravo con l'agenzia per la quale oggi gestisco campagne Social ADV"

*Luca D'alesio* – Ex studente



## **MARRAMIERO**

"Grazie al master abbiamo imparato come utilizzare gli strumenti di web marketing ai fini dell'internazionalizzazione di impresa"

*Stefano Sarra* – Marramiero

# CI HANNO DATO FIDUCIA

# LA BORSA DI STUDIO

Borsa di studio per **10 partecipanti**.

Al master sono previste altresì borse di studio, che permettono la frequenza gratuita al master.

Il regolamento per la richiesta della borsa è scaricabile dal sito → [gogoacademy.it](https://gogoacademy.it)

# PREZZO

**2500€  
+IVA**



**Rateizzabili**

CONFRONTA IL NOSTRO  
MASTER CON I POCHI  
SIMILI, VEDI CHE TASSO  
DI OCCUPAZIONE HANNO,  
QUANTE ORE SONO PREVISTE,  
SE GARANTISCONO LO STAGE  
E QUALI SONO I DOCENTI!  
**POI GIUDICA**







Amiamo rispondere alle tue domande e prenderci a cuore il tuo percorso di carriera.

Contatta il Customer **Support GOGO Academy** attraverso il canale che preferisci.

→ [gogoacademy.it](https://gogoacademy.it)

→ [info@gogoacademy.it](mailto:info@gogoacademy.it)

P. +39 338 8685452

P. +39 0872 47 83 20



GO

GO

**GOGO**  
**ACADEMY**