



# MASTER di II livello in Marketing Utilities and Storytelling Techniques

**PRIMA EDIZIONE  
2020**

## A chi si rivolge

A laureati magistrali (o equivalenti ai sensi della legge) interessati a seguire un corso con un livello di professionalizzazione elevato; a laureati di diversi corsi (comunicazione, scienze politiche, economia, lingue ecc.) e si situa idealmente alla fine di una filiera di formazione che parte con la laurea triennale in Comunicazione Innovazione e Multimedialità (CIM) e prosegue con quella magistrale di nuova istituzione in Comunicazione Digitale (COD); ai laureati interessati al Corporate Storytelling.

## Figura professionale

La figura professionale formata dal Master è quella del “Corporate Storytelling Manager”, un professionista capace di pianificare, governare e gestire le risorse necessarie a sviluppare progetti di comunicazione e branding interagendo con tutte le altre professionalità del processo di marketing narrativo.

## Didattica

Il Master universitario è di durata annuale e prevede un monte ore pari a 1500, articolato in didattica frontale, laboratori, elaborazione guidata di una prova finale del Master.

## Lezioni

Sono previsti:

- Lezioni frontali con docenti interni dell’Università e professionisti del mondo professionale e imprenditoriale
- Seminari di studio e testimonianze dirette di organizzazioni e aziende
- Laboratori didattici operativi

Iscrizioni aperte da novembre 2019

Il contributo di iscrizione è fissato in € 4.000,00 pro capite

## Stage

Particolare risalto viene dato al collegamento con le aziende esterne che oltre a partecipare all’attività di-dattica del master, accoglieranno, in fase di stage, l’esperienza prodotta dal corso mettendola a disposi-zione di problematiche aziendali irrisolte. Le teorie studiate durante il master trovano così riscontro nell'affrontare e nel raggiungere l'obiettivo posto dall'azienda.

## Sbocchi professionali

Data la trasversalità delle competenze acquisite e di quelle richieste, questa figura può trovare sbocchi professionali in diversi settori fornendo un apporto essenziale a funzioni organizzative quali:

- Direzione Aziendale
- Marketing (operativo e strategico)
- PR Reputation
- Professionisti della negoziazione della narrazione finanziaria
- Brand Management
- Stampa e Web
- Social Media Management (2.0)
- Community Management
- R Management
- Communication Management

## IL M.U.S.T.

*Il racconto è il paradigma di comunicazione all'interno del quale si muove la comunicazione contemporanea. Il racconto è oggi l'infrastruttura che sta alla base di ogni iniziativa d'intrattenimento, esperienza di consumo e attività di commercio.*

*Marketing, politica, economia, comunicazione d'impresa si sviluppano attraverso le tecniche narrative e con esse evolvono o meno: marchi, prodotti e persone.*

*Il M.U.S.T. è pensato per permettere a tutti di apprendere e sviluppare competenze narrative utili a vivere in una dimensione personale e professionale di questo tipo.*

**Siete pronti a raccontare?**