



## EXECUTIVE MASTER IN DATA ANALYSIS FOR MARKETING

IV edizione - a.a. 2021/2022

### Modulo 1 Marketing & AI

- **Fondamenti di Marketing**
- **Data Driven Marketing**
- **Piattaforme di AI**

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

**Marketing Digitale**  
a cura del  
**Prof. Guido Di Fraia**

Un'introduzione ai temi principali del Master attraverso lezioni e testimonianze che documentano l'evoluzione del Marketing nell'era dei Big Data e le potenzialità che le piattaforme di AI possono offrire a supporto delle strategie aziendali.

### Obiettivi

Sviluppare le nozioni basilari in merito al Data Driven Marketing attraverso lo studio dei suoi fondamenti e la presentazione da parte delle aziende delle piattaforme di AI più avanzate a supporto delle strategie di business.

### Case History

Oracle, IMB, Logol (Golden Partner Microsoft)

Qualsiasi Business Data Driven si basa su una gestione dei dati solida che consente di interrogarli in maniera efficiente e trarne informazioni preziose.

Non tutte le modalità di archiviazione, però, sono funzionali agli stessi obiettivi: conoscere i diversi tipi di architetture è fondamentale per scegliere il modello più adatto al proprio scopo.

### Obiettivi

Offrire le competenze necessarie a valutare l'architettura e il modello di raccolta dei dati più adatto alle diverse esigenze di analisi, marketing e business.

### Hands On

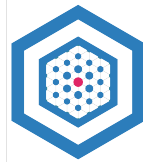
SQL

### Modulo 2 Dati: Architetture, Raccolta, Analisi

- **Business Intelligence**
- **Data Warehouse**
- **Data Lake**
- **Data Governance & GDPR**

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

**Agile Working**  
a cura del  
**Dott. Giuseppe Messina**  
e del  
**Dott. Andrea Zacchi**



EXECUTIVE MASTER

## Data Analysis for Marketing

Modulo 3

### Statistica & Data Visualization

- Statistica Inferenziale
- Analisi fattoriale
- Cluster Analysis
- Strumenti statistici per il mapping
- Data Visualization

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

### Data Visualization con Tableau

a cura della

**Dott.ssa Dalila Quartarella**

L'utilità del risultato di un'analisi è strettamente legata al rigore scientifico degli strumenti utilizzati e alle modalità di comunicazione.

Per questo è fondamentale approcciarsi alle basi dell'analisi statistica e anche alla rappresentazione delle informazioni che i dati forniscono.

### Obiettivi

Approfondire le caratteristiche degli strumenti di analisi dei dati al fine accrescere le proprie competenze nel riconoscere la metodologia e la tecnica di rappresentazione grafica più adatta ad ogni esigenza di business..

### Case History

IPSOS

### Hands On

JMP, R, Tableau

Il Machine Learning al servizio dei processi decisionali aziendali. Decision Making, analisi delle Serie Storiche e Marketing Mix Modelling sono questioni fondamentali a livello aziendale e sulle quali viene misurata l'efficacia delle tecniche di analisi dei dati messe in campo.

### Obiettivi

Sviluppare le competenze necessarie all'interpretazione dei dati e dei risultati per supportare i processi decisionali.

### Case History

*Emotiva*: Riconoscere le Emozioni

### Hands On

Orange, JMP

Modulo 4

### Machine Learning & Predictive Analytics

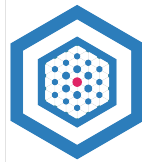
- Analisi Predittiva
- Decision Making
- Analisi delle Serie Storiche
- Marketing Mix Modelling

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

**ML@Work**

a cura del

**Prof. Francesco Della Beffa**



EXECUTIVE MASTER

## Data Analysis for Marketing

Modulo 5

### Data Mining, Text Analytics & Social Network Analysis

- Regole Associative
- Market Basket Analysis
- Sistemi di  
Raccomandazione
- Text e Sentiment  
Analysis
- SNA e Analisi delle Reti  
Organizzative

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

#### Text Analysis

a cura del

**Dott. Roberto Boselli**

La modellizzazione dei dati non strutturati è la sfida principale dell'era dei Big Data. In questo modulo, analisi statistica e Big Data dialogano nuovamente per estrarre informazioni da questa tipologia di dati, essenziali per orientare le strategie di marketing

#### Obiettivi

Sviluppare competenze nell'utilizzo dei principali strumenti che hanno per scopo l'individuazione e l'estrazione di informazioni di valore strategico dai Big Data.

#### Case History

*Ghostwriter.ai*: Content Marketing & Native ADV

*Questit*: Applicazioni di NLP - ChatBot

#### Hands On

Orange, SocioViz, Gephi

Il Gestire un business online richiede competenze che guardano e anticipano il futuro. In quest'ottica, si analizzano le potenzialità di Big Data e Intelligenza Artificiale nell'aprire prospettive sulle opportunità di business connesse alla Marketing Automation, al mondo dei Social Network, al controllo dell'automazione delle attività di marketing

#### Obiettivi

Sviluppare le nozioni fondamentali in merito a Data Analytics e Marketing Automation attraverso lo studio di casi reali e analizzare in profondità quali siano le prospettive dischiuse dall'introduzione dell'intelligenza artificiale in ambito Marketing.

#### Case History: dal Dato alla Product Innovation

*Wellnet*: AI & SEO

*H-Farm*

*Wunderman Thompson*

#### Hands On

Talkwalker

Modulo 6

### Digital Analytics

- Marketing Automation
- Programmatic ADV
- Online Behavioral ADV
- Social Media Listening

per la **formula Blended** è  
previsto il **Workshop**

#### Social Media Listening con Talkwalker

a cura del

**Prof. Guido Di Fraia**



## Executive Master DAFM - Figure professionali formate

---

Il Master forma **Citizen Data Scientist**, figure professionali complesse e ibride, che uniscono le competenze in fatto di **piattaforme di analisi** a quelle di **Business intelligence**.

I professionisti formati, potranno così declinarsi in ruoli specifici differenti:



### Data Strategist

È in grado di strutturare processi per migliorare le modalità di acquisizione, archiviazione, analisi e condivisione dei dati. Ha la capacità di spiegare il significato dei dati, traducendoli in informazioni di valore per le strategie di marketing, e di generare rappresentazioni facilmente comprensibili da chi dovrà utilizzarle.



### Data Driven Marketer

Ha le competenze necessarie a utilizzare i dati raccolti da varie fonti (CRM, social media, data base aziendali, ecc.) per giungere a profilazioni estremamente dettagliate dei consumatori. Progetta strategie di marketing in grado di soddisfare i desideri dei clienti in modo personalizzato e contestuale attraverso approcci previsionali resi possibili dall'analisi avanzata dei dati.



### A.I. Analyst

Conosce le principali piattaforme di cognitive computing e di Machine Learning ed è in grado di utilizzarle per esplorare basi dati interne ed esterne all'azienda. È in grado di produrre, attraverso analisi inferenziali avanzate e modelli previsionali probabilistici, le conoscenze e le chiavi di lettura interpretative necessarie al management aziendale per le attività di Business Intelligence.



## Executive Master DAFM - Modalità di erogazione e Costi

---

### FORMULA BLENDED

**232 ore di formazione Online**  
**48 ore di Workshop in presenza**

*Costi*

**6.500€ + IVA**

Suddivisione rateale standard:

€ 134,20 all'atto della preiscrizione

€ 3.000 all'atto dell'iscrizione

€ 4.051 entro il 15 marzo 2022

€ 2.465 entro il 15 maggio 2022

*Giorni e orari delle lezioni Online*

**venerdì - dalle 16.00 alle 20.00**

**sabato - dalle 9.00 alle 13.00**

*Giorni e orari dei Workshop*

**venerdì - dalle 9.30 alle 18.30**

### FORMULA SOLO ONLINE

**232 ore di formazione Online**

*Costi*

**4.700€ + IVA**

Suddivisione rateale standard:

€ 134,20 all'atto della preiscrizione

€ 3.000 all'atto dell'iscrizione

€ 2.646,80 entro il 15 marzo 2022

€ 1.234 entro il 15 maggio 2022

*Giorni e orari delle lezioni*

**venerdì - dalle 16.00 alle 20.00**

**sabato - dalle 9.00 alle 13.00**