



Dopo gli ottimi risultati della prima edizione, **Almed** - Alta Scuola in Media Comunicazione e Spettacolo della Cattolica di Milano e **IAB Italia** - Interactive Advertising Bureau organizzano la seconda edizione del **Master in Comunicazione, Marketing digitale e Pubblicità Interattiva**.

La prima edizione del Master si è chiusa con successo sia in termini di risultati didattici, sia di placement: un mese dopo la fine delle lezioni la maggioranza degli studenti era già impegnata in un tirocinio. E dopo due mesi la totalità dei partecipanti al Master era in stage.

Il Master si rivolge a chi vuole lavorare nel campo della comunicazione pubblicitaria e d'azienda nel mondo digitale.

Gli sbocchi professionali del Master sono: addetto marketing, account pubblicitario e addetto alla comunicazione in aziende, agenzie, concessionarie, centri media e case editrici che operano nel campo dei media digitali e interattivi.

La formazione è progettata a stretto contatto con le aziende in risposta al bisogno di professionisti, esperti della Rete, che sappiano gestire l'utilizzo dei nuovi media per lo sviluppo e l'innovazione del business in una dimensione internazionale.

La formazione si articola in corsi e laboratori professionalizzanti integrati da *case histories* e *project work* svolti sotto la guida di aziende del settore.

Come accaduto nella prima edizione del Master, è prevista la partecipazione degli studenti al Google Online Marketing Challenge, una competizione internazionale che coinvolge più di 3000 persone di 70 paesi e che si basa sulla ideazione e conduzione di una vera campagna on-line, con l'utilizzo degli strumenti advertising di Google. Nel 2010 uno dei progetti sviluppati durante il master, con la collaborazione di Google Italia, è arrivato tra i 15 finalisti, ricevendo una menzione speciale per la qualità della campagna (<http://www.google.com/onlinechallenge/archive/2010/winners.html>).

La formazione del Master fornisce competenze: nel marketing digitale, nella progettazione e gestione degli strumenti digitali per la costruzione dell'immagine aziendale e nel management.

Le attività didattiche si svolgono presso l'Università Cattolica di Milano.

Il Master ha durata annuale e comprende: attività didattiche (novembre-maggio) e stage nelle aziende socie IAB Italia.

La quota di iscrizione ammonta a **6.000 euro**.

La deadline per inviare la propria application è fissata entro il **30 settembre**.