PEGASO
Università Telematica
D.M. 20 04 2006 G.U. n° 118 del 23 05 2006

**MASTER di I Livello**

# Comunicazione e Social Marketing nelle Imprese Industriali

**1ª Edizione**

**1500 ore 60 CFU**

**Anno accademico 2026/2027**

**MAUP97**



| | |
|---|---|
| **Titolo** | Comunicazione e Social Marketing nelle Imprese Industriali |
| **Edizione** | 1ª Edizione |
| **Area** | Uniprofessioni |
| **Categoria** | MASTER |
| **Livello** | I Livello |
| **Anno accademico** | 2026/2027 |
| **Durata** | Durata annuale, per un complessivo carico didattico pari a 1500 ore corrispondenti a 60 CFU |

## Presentazione

Il Master di Primo Livello in “Comunicazione e Social Marketing nelle Imprese Industriali”, concepito con il contributo della Fondazione OSA degli Industriali della Provincia dell’Aquila, si propone come un percorso formativo di eccellenza all’interno di quei contesti aziendali caratterizzati da profondi cambiamenti, soprattutto in riferimento ai sistemi produttivi e ai processi comunicativi delle organizzazioni industriali.
L'evoluzione delle tecnologie, il progressivo incremento della digitalizzazione, lo sviluppo e la diffusione di sempre più sofisticati canali d’interazione con gli stakeholder, insieme alla diffusione di modelli di comunicazione sempre più integrati, costituiscono fattori che obbligano le aziende industriali ad adottare un approccio molto articolato per gestire la loro identità, la loro reputazione e le loro relazioni con il mercato e il territorio.
In questo scenario, le imprese si trovano ad affrontare sfide che vanno oltre la semplice capacità di utilizzare strumenti digitali e social media, perché devono anche integrare la comunicazione con le strategie aziendali, valorizzare la sostenibilità e la responsabilità sociale, gestendo la comunicazione in contesti complessi e in rapida evoluzione. Allo stesso tempo, la crescente disponibilità di dati e i cambiamenti nei comportamenti di consumatori, clienti e comunità rendono fondamentale sviluppare modelli di comunicazione basati su analisi, trasparenza e dialogo con i vari stakeholder.
Il Master risponde a queste esigenze formative indagando in profondità le dinamiche della comunicazione e del social marketing nelle aziende industriali, individuando un focus particolare sulle trasformazioni organizzative, tecnologiche e culturali che stanno cambiando il panorama del settore. Grazie a un approccio interdisciplinare, è possibile analizzare in modo integrato i fenomeni legati alla comunicazione d'impresa, al marketing e all'innovazione, promuovendo una visione che si allinei con l'evoluzione del contesto economico e produttivo.
Questo percorso si distingue per la sua attenzione alle peculiarità del settore industriale, all'interazione tra la dimensione strategica e quella operativa della comunicazione e all'analisi delle tendenze che influenzano i processi di creazione di valore, le relazioni con gli stakeholder e il posizionamento delle organizzazioni a livello sia nazionale che internazionale.

| | |
|---|---|
| **Finalità** | Il Master di Primo Livello in “Comunicazione e Social Marketing nelle Imprese Industriali” si propone di formare professionisti capaci di progettare, gestire e valutare strategie integrate di comunicazione aziendale, con un focus particolare sull'uso delle tecnologie digitali e degli strumenti di social marketing all'interno di contesti organizzativi e produttivi. Più in generale, mira a sviluppare competenze avanzate che permettano di affrontare con consapevolezza le sfide della comunicazione moderna, combinando approcci analitici, strategici e operativi.<br>Al termine del percorso formativo i discenti avranno acquisito una conoscenza approfondita dei modelli, dei processi e degli strumenti della comunicazione d'impresa e saranno in grado di applicare metodologie e tecniche per creare piani di comunicazione che siano in linea con gli obiettivi delle organizzazioni produttive. Inoltre, sapranno progettare strategie di social marketing, gestire la comunicazione digitale, valutare l'efficacia delle campagne tramite indicatori di performance e integrare strumenti tradizionali e digitali in un'ottica multicanale.<br>Il percorso offrirà anche l'opportunità di sviluppare competenze trasversali, come l'analisi dei bisogni degli stakeholder, la gestione delle relazioni con i vari pubblici, la creazione di contenuti efficaci, il coordinamento di progetti di comunicazione e la capacità di interpretare dati e risultati per guidare i processi decisionali. I discenti acquisiranno abilità fondamentali come il problem solving, il pensiero critico e il lavoro di squadra, allo scopo di operare con efficacia in contesti organizzativi complessi e in continua evoluzione tecnologica e comunicativa.<br>Grazie a un approccio pratico che punta sull'applicazione delle conoscenze e sullo sviluppo di competenze specialistiche, il Master aiuta a rafforzare il profilo professionale dei discenti, migliorando la loro capacità di gestire responsabilità nella pianificazione, gestione e innovazione delle attività di comunicazione e social marketing, favorendone l'inserimento o la crescita in ruoli qualificati all'interno di aziende industriali, organizzazioni pubbliche e private, società di consulenza e realtà impegnate nella trasformazione digitale. La formazione sugli argomenti psicologici e relazionali sarà finalizzata anche alla partecipazione attiva alle attività di lobby, particolarmente importanti nei sistemi di rappresentanza; completano infine la formazione alcuni elementi introduttivi in materia di impianti industriali e di organizzazione delle imprese produttive. |

| | |
|---|---|
| **Direttore** | Prof. Giuseppe Festa.<br><br>Professore Ordinario (G.S.D. 13/ECON-07 - S.S.D. ECON-07/A - “Economia e gestione delle imprese”) presso la Facoltà di Economia e Giurisprudenza e il Dipartimento di Management ed Economia dell’Università Telematica Pegaso (Napoli), dove insegna “Marketing” e “Digital Marketing”. Già docente presso altre Università (Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Università degli Studi di Teramo; Dipartimento di Scienze Economiche e Statistiche, Università degli Studi di Salerno; Dipartimento di Scienze, ex Facoltà di Farmacia, Università degli Studi della Basilicata; Scuola di Medicina e Chirurgia, ex Facoltà di Medicina e Chirurgia, Università degli Studi di Napoli “Federico II”; Facoltà di Economia, Università degli Studi del Molise). Autore, a firma singola o partecipata, di oltre 180 lavori scientifici, tra monografie, articoli su riviste nazionali e internazionali (40 in Classe A), capitoli su libri nazionali e internazionali e paper a congressi nazionali e internazionali.<br><br>E-mail: giuseppe.festa@unipegaso.it |
| **Destinatari** | Il Master di Primo Livello in “Comunicazione e Social Marketing per le imprese industriali” è pensato per laureati e professionisti che intendano approfondire le loro competenze nel campo della comunicazione aziendale, del marketing e della gestione strategica dei canali digitali, con un focus particolare sulle realtà industriali.<br><br>Questo percorso è ideale sia per chi desideri arricchire il proprio bagaglio formativo in discipline legate all'economia, alla gestione, alla comunicazione e alle scienze sociali e umanistiche, sia per i professionisti che intendano aggiornare o ampliare le loro abilità per affrontare le nuove sfide dei processi comunicativi e delle strategie di marketing.<br>Il Master si propone di soddisfare le esigenze di chi vuole acquisire conoscenze e strumenti pratici per progettare, gestire e valutare attività di comunicazione integrata, social media marketing, branding, comunicazione digitale e relazioni con gli stakeholder, in un contesto in continua evoluzione caratterizzato dalla trasformazione digitale, dall'innovazione e da un'attenzione crescente alla sostenibilità e alla competitività delle organizzazioni. Questo percorso è particolarmente interessante per chi lavora o aspira a lavorare in imprese industriali di varie dimensioni, associazioni di categoria, enti pubblici e privati, società di consulenza e realtà impegnate nella promozione e comunicazione di prodotti, servizi e processi, contribuendo così allo sviluppo di competenze versatili e applicabili in diversi contesti organizzativi. |

## Strumenti didattici

Una volta perfezionata l'iscrizione, il corsista riceve le credenziali necessarie per accedere alla piattaforma telematica "PegasOnLine", dove potrà reperire tutti gli strumenti didattici elaborati e a sua disposizione 24h su 24h.

Sono previsti:

- Lezioni video on-line;
- Documenti cartacei appositamente preparati;
- Bibliografia;
- Sitografia (link di riferimento consigliati dal docente per approfondimento);

## Contenuti

| | Tematica | SSD | CFU |
|---|---|---|---|
| 1 | Fondamenti del coaching aziendale | ECON-08/A | 6 |
| 2 | PNL per la comunicazione strategica in azienda | PSIC-03/B | 6 |
| 3 | La comunicazione interpersonale nelle imprese | PSIC-03/B | 6 |
| 4 | La comunicazione in pubblico | ECON-07/A | 2 |
| 5 | Promozione d'immagine e pubblicitÃ  delle imprese | ECON-07/A | 6 |
| 6 | Digital marketing e social media | ECON-07/A | 10 |
| 7 | Le relazioni pubbliche | ECON-07/A | 2 |
| 8 | Psicologia del lavoro e delle organizzazioni industriali | ECON-07/A | 2 |
| 9 | Impianti industriali | IIND-05/A | 2 |
| 10 | Valutazione delle risorse umane | ECON-07/A | 6 |
| 11 | Prova finale: project work | | 12 |
| | **Totale** | | **60** |

## Attività

L'erogazione del Corso avverrà prevalentemente in modalità e-learning, con piattaforma accessibile 24 ore su 24. Il modello di sistema e-learning adottato prevede un apprendimento assistito lungo un percorso formativo predeterminato, con accesso ai materiali didattici sviluppati appositamente e fruibili in rete. Lo studio dei materiali didattici digitali/video lezioni dei docenti e a stampa (dispense e/o testi) correlati da ampia bibliografia, avviene di regola aderendo ai tempi e alla disponibilità del singolo corsista durante le 24 ore della giornata. I contenuti didattici sono articolati in tre moduli di lavoro erogati in modalità blended (on line e in presenza).

## Adempimenti richiesti

Ai corsisti è richiesto di:

- studiare il materiale didattico appositamente predisposto;
- partecipare alle attività formative previste dal corso;
- superare la prova finale

| | |
|---|---|
| **Titoli ammissione** | Il Master è rivolto ai laureati e ai professionisti in possesso dei seguenti titoli di ammissione:<br>• diploma di laurea quadriennale del previgente ordinamento;<br>• diploma di laurea triennale o specialistica o magistrale. |
| **Termini iscrizione** | **Iscrizioni sempre aperte** |
| **Condizioni** | L'amministrazione si riserva l'attivazione del Corso Postlaurea: https://docs.unipegaso.it/postlaurea/mancata_attivazione.pdf<br><br>L'iscrizione comporta l'accettazione del Regolamento sulle condizioni d'utilizzo, riportate alla pagina: https://docs.unipegaso.it/postlaurea/cond_util_post.pdf |

**Quota di iscrizione**

## € 1100,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
Il pagamento Ã¨ in un'unica soluzione

## € 1100,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
Il pagamento in due rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 550€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |
| 2 | 550€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |

## € 1100,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
Il pagamento in tre rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 400€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |
| 2 | 400€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |
| 3 | 300€ | dopo il 2° mese dall'iscrizione |

## € 600,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
PER TUTTI GLI ISCRITTI IN CONVENZIONE Il pagamento Ã¨ in un'unica soluzione

## € 600,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
PER TUTTI GLI ISCRITTI IN CONVENZIONE Il pagamento in due rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 300€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |
| 2 | 300€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |

## € 600,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
PER TUTTI GLI ISCRITTI IN CONVENZIONE Il pagamento in tre rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 200€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |
| 2 | 200€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |
| 3 | 200€ | dopo il 2° mese dall'iscrizione |

## € 570,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
CONVENZIONE INTESA SOCI ALI Il pagamento Ã¨ in un'unica soluzione

## € 570,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
CONVENZIONE INTESA SOCI ALI Il pagamento in due rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 285€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |
| 2 | 285€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |

## € 570,00
(ai quali si aggiungono € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta)
CONVENZIONE INTESA SOCI ALI Il pagamento in tre rate cosÃ¬ distribuite

| | RATA | SCADENZA |
|---|---|---|
| 1 | 190€ + € 120 per Contributo per Servizi accessori alla retta | all'atto dell'iscrizione |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | 190€ | dopo il 1° mese dall'iscrizione |
| 3 | 190€ | dopo il 2° mese dall'iscrizione |

## Modalità pagamento

Il pagamento della quota di iscrizione avviene, secondo lo schema indicato nella presente scheda, mediante bonifico a favore di:

UNIVERSITÀ TELEMATICA PEGASO

Banca Generali

IBAN: IT 44 M 03075 02200 CC8500647145

Indicare nella causale del bonifico "Codice Fiscale, Cognome e Nome del corsista" seguito dal Codice del corso.

Si informa che non saranno emesse quietanze sui pagamenti ricordando che, ai fini fiscali per la determinazione

del reddito, il bonifico, eseguito secondo le su riportate istruzioni, consente la detrazione del costo del corso.

Si specifica che all'importo indicato va aggiunta la marca da bollo di € 16,00 che dovrà essere saldata dopo l'immatricolazione.

## Trattamento dati personali

**Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (GDPR)**

I dati personali forniti saranno trattati dall'**Università Telematica Pegaso** nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 e della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali.

L'informativa completa relativa alle finalità, alle modalità del trattamento, ai tempi di conservazione dei dati e ai diritti dell'interessato è disponibile sul sito istituzionale dell'Ateneo: https://www.unipegaso.it/website/privacy

L'interessato potrà esercitare in qualsiasi momento i diritti previsti dagli artt. 15-22 del Regolamento (UE) 2016/679, rivolgendosi al Titolare del trattamento:

**Università Telematica Pegaso**
**Centro Direzionale Isola F2 – 80143 Napoli (NA)**
E-mail: privacy@unipegaso.it

E' possibile consultare l'informativa sul sito dell'Università Telematica Pegaso, all'indirizzo: http://www.unipegaso.it/website/privacy

| | |
|---|---|
| **Informazioni** | Per qualsiasi informazione:<br><br>invia un'e-mail a:<br><br>contattaci telefonicamente:<br><br>collegati al sito: **confsal.openform.it** |