



Nasce il master in *Comunicazione, Marketing Digitale e Pubblicità Interattiva*, promosso da IAB Italia in collaborazione con Almed-Università Cattolica

Milano, 16 giugno 2009 – Un master universitario di primo livello in **Comunicazione, Marketing Digitale e Pubblicità Interattiva**, che prenderà il via il prossimo novembre 2009. A promuoverlo è IAB Italia, in partnership con l'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore,.

In linea con il costante evolversi di Internet - strumento sempre più utilizzato dalle imprese italiane a supporto delle attività di marketing e comunicazione pubblicitaria - il master risponde all'esigenza di formare professionisti del settore, esperti della Rete che sappiano guidare le aziende verso un approccio consapevole e mirato dei media digitali, al fine di incrementare lo sviluppo e l'innovazione del proprio business.

In quest'ottica, l'offerta formativa di IAB Italia e ALMED intende fornire competenze teoriche e tecnico-operative negli ambiti del marketing digitale (tecniche di analisi, scenari, strategie di comunicazione), comunicazione (tecniche di progettazione e comunicazione per i media digitali; gestione degli strumenti digitali per la costruzione dell'immagine aziendale) e management (tecniche di gestione e controllo delle risorse umane ed economiche).

Tra gli sbocchi professionali previsti figura la possibilità di lavorare in qualità di 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.

«È convinzione di IAB Italia che Internet rappresenti il mercato del futuro» ha sottolineato **Layla Pavone**, Presidente IAB Italia e Managing Director Isobar. «L'organizzazione di questo master conferma il nostro impegno nella formazione e riflette la necessità di individuare figure professionali competenti, pronte ad affiancare le aziende nell'utilizzo dei new media e dell'advertising online come marcia in più per consolidare ed espandere il proprio business».

«Questo percorso formativo - ha aggiunto il direttore **Fausto Colombo**, ordinario di Teoria e tecnica dei media presso l'Università Cattolica - coniuga la solida preparazione scientifica con una decisa capacità di innovazione, relazioni con le principali aziende italiane del settore e una forte attenzione allo scenario internazionale».

Le iscrizioni al master in "Comunicazione, Marketing Digitale e Pubblicità Interattiva", al quale saranno ammessi 20 partecipanti, sono già aperte e si chiuderanno il **15 ottobre**. La selezione dei candidati sarà curata dall'Università Cattolica, tramite una commissione appositamente nominata dal Consiglio Direttivo del Master.

Per maggiori informazioni sulle modalità di partecipazione e il programma didattico consultare il sito: <http://almed.unicatt.it/>

IAB Italia:

Fondata nel giugno 1998, IAB Italia raggruppa i più importanti operatori della pubblicità online in Italia ed è il charter italiano dell'Interactive Advertising Bureau, la più importante associazione nel campo della pubblicità su Internet a livello mondiale. IAB è il punto di riferimento del settore per quanto riguarda la definizione e l'applicazione degli standard, lo sviluppo e la divulgazione di dati e informazioni sul settore, la misurazione e la metrica.

L'obiettivo di IAB Italia è contribuire allo sviluppo del mercato dell'advertising su Internet nel nostro Paese, promuovendo una maggiore e più profonda conoscenza delle opportunità e dei meccanismi nel nuovo media.

Oltre ad attività di divulgazione dell'informazione, IAB Italia è particolarmente impegnato nel campo della definizione della metrica e della misurazione dei siti web, nella certificazione del fatturato dell'online advertising e nelle attività di ricerca.

IAB Italia fa inoltre parte del network IAB Europe, la federazione europea nata per favorire lo sviluppo del mercato dei media interattivi e il corretto sviluppo di questo settore nell'industria della comunicazione in Europa.

Almed

L'Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo (Almed) è una struttura dell'Università Cattolica del Sacro Cuore che opera nel settore della formazione post-graduate.

Istituita nel 2002, forma professionisti specializzati in alcuni ambiti strategici della comunicazione e dello spettacolo: giornalismo e uffici stampa; ideazione e organizzazione di eventi per la cultura, l'arte e le arti performative; ideazione e produzione di format e contenuti per il cinema, la televisione e i nuovi media; comunicazione d'impresa.

Almed, oltre a organizzare master, summer school, corsi di formazione e aggiornamento professionale, produce eventi culturali, cortometraggi, reportage, format per la televisione e i new media.

Le Alte Scuole dell'Università Cattolica, con sede a Milano, Brescia e Cremona, sono sei: Almed – Alta Scuola in Media, Comunicazione e Spettacolo, Aseri – Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali, Asag – Alta Scuola di Psicologia «Agostino Gemelli», Altis – Alta Scuola Impresa e Società e Smea – Alta Scuola in Economia Agro-Alimentare (Cremona), Asa - Alta Scuola per l'Ambiente (Brescia).