

UPA

UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

COMUNICATO STAMPA

Si è concluso il Master UPA Academy 2019 in 'Strategie di Comunicazione Integrata al tempo del digitale'

Mercoledì 10 luglio si è concluso, con la discussione dei project work e la consegna dei diplomi, il Master UPA Academy 2019 in 'Strategie di Comunicazione Integrata al tempo del digitale'. Per la prima volta quest'anno in aula, oltre a 15 brillanti laureati che, per la maggior parte, hanno già avuto esperienze in importanti realtà aziendali, anche alcuni giovani manager delle aziende associate ad UPA.

Il percorso formativo, grazie a docenti di alto livello provenienti dal mondo accademico e aziendale, ha fornito agli studenti gli strumenti per affrontare con consapevolezza la gestione di un sistema integrato di comunicazione fondato su un mix complesso e articolato di piattaforme.

A conclusione della parte d'aula, i ragazzi si sono dedicati con entusiasmo alla realizzazione dei project work, che in questa edizione hanno visto il coinvolgimento diretto e attivo di Coca-Cola, Grana Padano, L'Oréal e Perfetti Van Melle.

I lavori sono stati presentati alle aziende e valutati da una commissione di esperti secondo 3 parametri: analisi strategica e soluzioni progettuali, creatività della comunicazione, esposizione del progetto. Ad aggiudicarsi il titolo di 'Best Project of the year' è stato il progetto realizzato per il brand Botanea di L'Oréal Professionnel.

Creare un piano di comunicazione per il lancio del brand di acqua minerale Smart Water sul mercato italiano, valorizzare l'Abbazia di Chiaravalle e il legame con Grana Padano, attraverso una comunicazione rivolta sia agli italiani che agli stranieri in grado di creare engagement, ipotizzare attività di comunicazione B2C e B2B2C a sostegno del brand Botanea di L'Oréal Professionnel, progettare una strategia multichannel dedicata al brand Vigorsol allo scopo di intercettare il target giovane: questi i brief sui quali si sono misurati i ragazzi quest'anno.

“UPA da sempre considera centrale sia il costante aggiornamento dei manager delle Aziende Associate sia la formazione dei giovani interessati a intraprendere una carriera nel marketing e nella comunicazione – dichiara Vittorio Meloni, direttore generale UPA -. L'impegno di UPA Academy si è ulteriormente rafforzato quest'anno attraverso il lancio di due ulteriori percorsi formativi di alto profilo: il Master in Diritto della Comunicazione Commerciale e il Master in Data Science per la Comunicazione Digitale, in partenza a settembre”.

Il Comitato UPA Formazione - a cui aderiscono importanti aziende quali Assicurazioni Generali, Ferrero, Intesa Sanpaolo, Lavazza, Pellini Caffè, e protagonisti di primissimo piano del mondo della comunicazione come Auditel, IGP Decaux, Google, LA7, Mediamond, Nielsen, OPQ, Piemme, Publitalia, Rai Pubblicità, RTL102,5, WebAds - si pone da 30 anni l'obiettivo di fornire le conoscenze e gli strumenti utili per sviluppare le competenze, le esperienze e le capacità dei professionisti della comunicazione e di facilitare l'incontro di giovani laureati di talento con il mondo del lavoro.

Milano, 11 luglio 2019