

COMUNICATO STAMPA

Nel 2020 si rafforza l'impegno di UPA nella formazione

Milano, 9 dicembre 2019. UPA, l'associazione che riunisce i più importanti investitori italiani in pubblicità e comunicazione, si prepara a un anno ricco di iniziative formative. In particolare, sono quattro i Master realizzati da **UPA Academy**, in programma nel 2020, destinati a coprire le principali aree di interesse legate al mondo della comunicazione e che si avvalgono della sponsorship di **Google** e della partnership tecnica di **IGPDecaux, Manzoni** e **Webads**.

Si parte il 16 gennaio con il '**Master in Diritto della comunicazione commerciale**', giunto alla sua seconda edizione, realizzato in collaborazione con lo **Studio legale FTCC**, che affronterà tutti i temi relativi a concorrenza, tutela del consumatore, data protection, proprietà intellettuale, normative settoriali. Grande attenzione verrà riservata alle sfide giuridiche poste dalla comunicazione digitale e al rapporto fra tecnologia e professioni legali.

Il 17 gennaio prende il via la nuova edizione del '**Master in Strategie di comunicazione integrata al tempo del digitale**', che offre a brillanti laureati che desiderano intraprendere una carriera nel marketing e nella comunicazione e a giovani professionisti e manager l'opportunità di un percorso formativo che vede al centro i principali aspetti della gestione strategica del brand nel contesto dell'evoluzione delle piattaforme digitali e social.

Il Master è organizzato in collaborazione con Bologna Business School, Università Cattolica del Sacro Cuore e IULM e gode del supporto del **Comitato UPA Formazione**, a cui aderiscono importanti aziende quali **Generali, Ferrero, Intesa Sanpaolo, Lavazza, Pellini Caffè**, e protagonisti di primissimo piano del mondo della comunicazione come **Auditel, IGP Decaux, Google, LA7, Mediamond, Nielsen, Piemme, Publitalia, Rai Pubblicità, RTL102.5, WebAds**. Oltre alle giornate d'aula, sono previsti incontri dedicati alla realizzazione in gruppo di project work basati su brief reali, che come di consueto saranno presentati alle aziende in occasione della giornata dedicata alla consegna dei diplomi.

L'8 maggio appuntamento con la seconda edizione del '**Master in Data Science per la comunicazione digitale**', organizzato insieme a **Neodata Lab**, un percorso d'alto profilo rivolto sia alla formazione dei data analyst, figure professionali tra le più richieste da aziende e operatori del mercato della comunicazione commerciale, sia ai marketer per l'aggiornamento delle competenze necessarie per lo sviluppo di progetti di comunicazione data driven. Il Master vede come partner **Omnicom Media Group** e **Webranking**.

Novità del 2020 il '**Master in Branded content & entertainment**', realizzato insieme a **OBE (Osservatorio Branded Entertainment)**, che risponde al bisogno di un percorso focalizzato su questa innovativa modalità di comunicazione sempre più apprezzata dalle

imprese. Il corso, un unicum sul mercato, prenderà il via a settembre e il programma è in via di definizione.

“In un contesto in continua evoluzione come quello attuale, la formazione per la comunicazione è essenziale. UPA si rivolge a giovani talenti perché possano acquisire le competenze necessarie per essere competitivi sul mercato del lavoro. Allo stesso tempo, offre ai manager l’opportunità di aggiornarsi in merito ai temi più caldi del settore, come quelli legati alla trasformazione digitale. L’impegno di UPA nella formazione è reso possibile dal sostegno di importanti aziende e partner che, come noi, credono nell’importanza di investire nella cultura d’impresa e nelle nuove competenze digitali”, ha dichiarato Vittorio Meloni, direttore generale UPA.

Per maggiori informazioni www.upa.it nella sezione UPA Academy.