



## **SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING**

# **MASTER**

**ALTA FORMAZIONE  
2019-2020**

**FORMULA WEEK END**

**Diventa un professionista ed entra subito  
nel mondo del lavoro!**

 **TIME VISION**  
FORMAZIONE CONSULENZA LAVORO



ALTA FORMAZIONE 2019-2020

**MASTER  
SOCIAL MEDIA E  
DIGITAL MARKETING**

FORMULA WEEKEND

MASTER@TIMEVISION.IT

# I MASTER TIME VISION

Einstein diceva: "Mai memorizzare quello che puoi comodamente trovare in un libro." Ed è questo l'approccio che abbiamo voluto sposare nella fase di progettazione dei percorsi formativi dei nostri Master.

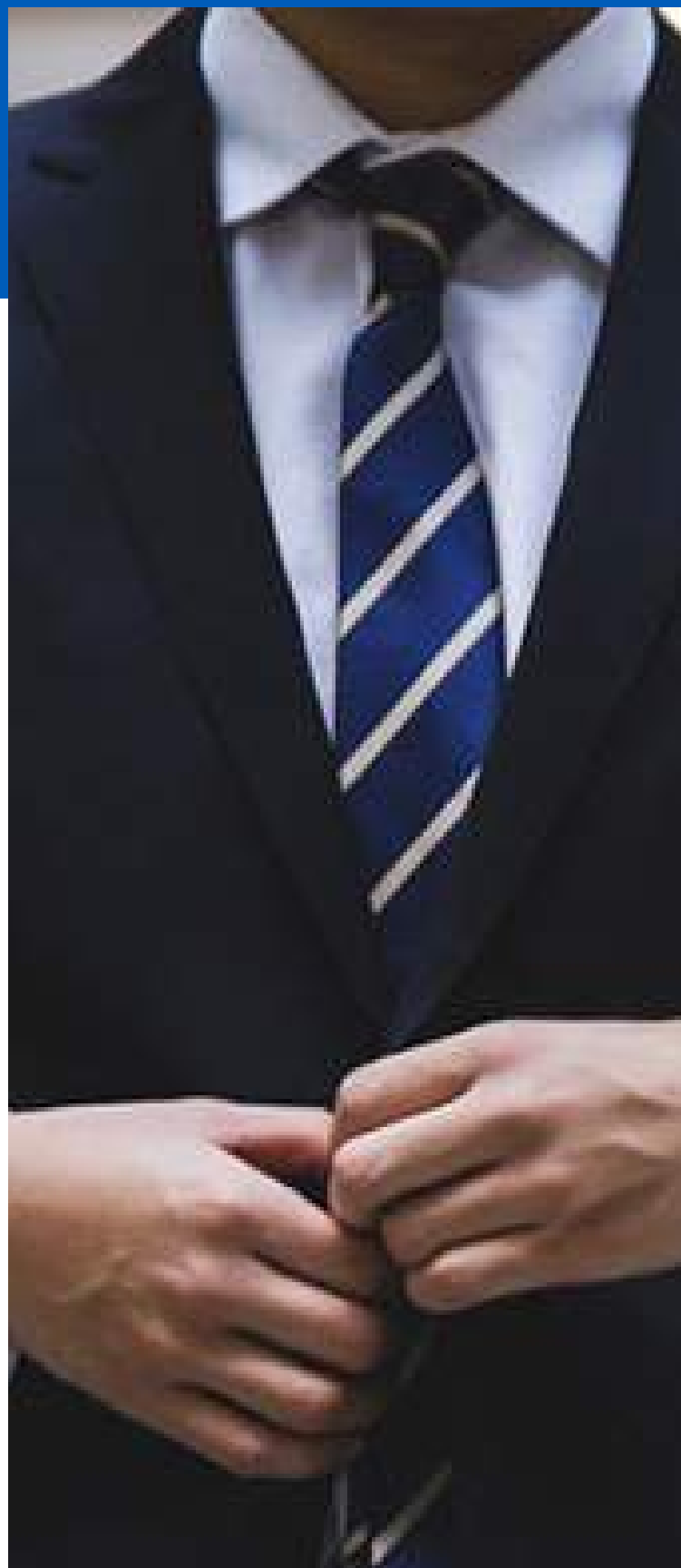
I Master Time Vision sono concepiti per essere dei veri e propri percorsi di apprendimento esperienziale che mixando in maniera equilibrata parte teorica e parte pratica giovano di una logica learning by doing, imparare facendo.

Le Faculty del Master si pregiano di profili altamente specializzati di professionisti, in grado di agevolare già dalla fase d'aula una maggior conoscenza del settore di riferimento.

I Master Time Vision rappresentano per diplomati e laureati una valida opzione per diventare specialisti di settore e inserirsi in qualità di professionisti nel mondo del lavoro.



**DOTT. ING.**  
**ANDREA RICCIARDIELLO**  
DIRETTORE TIME VISION



## STATISTICS

Le più grandi aziende, da Accenture ad Autogrill Spa, da Carrefour a Iveco, da Heineken a Unilever e Vodafone, in una recente ricerca, dichiarano che, fatto 100 il peso totale degli elementi formativi che compongono il curriculum, il Master pesa tra il 30% e il 39% nella scelta di un candidato.

## PERCHE' UN MASTER OGGI

Ancor più oggi, nell'era della conoscenza, i Master sono per i partecipanti il crocevia per la conquista di una preparazione pratica e mirata alle sfide lavorative odierne. L'approccio multidisciplinare ed esperienziale di tutti i Master Time Vision ti permette di potenziare il tuo profilo personal-professionale, con contenuti non solo teorici, bensì tecnico-pratici, puntando al rafforzamento di quelle soft skills, indispensabili per performare al meglio nel mondo del lavoro.

Orientamento agli obiettivi, interdisciplinarietà, leadership, gestione dei conflitti, negoziazione, problem solving, lavoro in team e comunicazione. La programmazione Time Vision supporta ogni partecipante, nella costruzione del proprio progetto di carriera, sia neolaureati che occupati, che intendono aggiornarsi e rafforzare il proprio ruolo, grazie alla possibilità di partecipare a percorsi di Alta formazione progettati sulle nuove esigenze del mercato del lavoro.

# TIENI D'OCCHIO I 5 FATTORI

## PER SCEGLIERE UN BUON MASTER

- 1. Recensioni**
- 2. Borse di Studio**
- 3. Formula Stage garantito**
- 4. Tutor e Docenti**
- 5. Placement**

*Nella scelta di un Buon Master è necessario valutare che l'offerta formativa tenga conto di alcuni criteri fondamentali*



Le recensioni degli ex partecipanti testimoniano l'esperienza fatta da altre persone e aiutano a comprendere i veri punti di forza dell'offerta formativa.



La possibilità di accedere a borse di studio permette di usufruire di agevolazioni economiche.



Lo stage garantito consente di agevolare un ingresso diretto in azienda.



La presenza di un tutor d'aula e una rosa di docenti selezionati tra i migliori professionisti del ramo assicura un'elevato livello dell'offerta formativa.



La percentuale di placement generata da un master indica l'effettiva possibilità di collocazione lavorativa post master a vantaggio dei partecipanti e dipende dalla capacità dell'azienda di formazione di intrattenere relazioni vitali con le aziende.



# MASTER SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING

Il Master di Alta Formazione in Social Media e Digital Marketing rappresenta, ad oggi, uno dei percorsi maggiormente qualificanti nell'ambito di riferimento, per l'acquisizione di competenze in linea con le crescenti esigenze di profili sempre più specializzati per l'accesso al mercato del lavoro. Time Vision, in qualità di Agenzia per il Lavoro, ha un quadro costantemente aggiornato dei profili professionali richiesti e ciò ha permesso di strutturare un Master dai connotati tecnico-pratici, che garantisce l'acquisizione di un mix di competenze certificate, grazie ad un team docenti proveniente dal mondo della consulenza professionale nel settore di interesse.

Tutti i Master Time Vision, inoltre, prevedono lo stage garantito in azienda a completamento del percorso formativo e sono arricchiti con due moduli dedicati alle abilità trasversali, al potenziamento delle soft skills e al personal branding, aspetti che consentono di rafforzare ulteriormente il profilo personal-professionale in uscita e renderlo maggiormente appetibile per il mondo delle aziende e del lavoro.

**RESPONSABILE SCIENTIFICO**  
**DOTT. SALVATORE MAROTTA**  
ESPERTO IN COMUNICAZIONE  
DIGITALE





# ORIENTATI, SCEGLI, APPRENDI, LAVORA

**Il Master Social Media & Digital Marketing Time Vision ti offre la possibilità di diventare uno specialista del settore, pronto ad operare fin da subito in aziende, agenzie di comunicazione, società di consulenza o multiservizi, PA, o ancora di intraprendere una carriera come libero professionista.**

In Italia sono 43 milioni le persone connesse, ovvero il 73% della popolazione, con una crescita del 10% rispetto al 2017. 34 milioni di italiani hanno almeno un profilo attivo sui social media e trascorrono circa 6 ore al giorno online. Questa trasformazione digitale coinvolge anche le aziende che stanno aumentando sempre più le risorse destinate alla comunicazione digitale, per raggiungere i propri potenziali consumatori.

Nuove le competenze e i profili richiesti: Social Media Manager, Community Manager, Digital Strategist, Blogger, Influencer, Digital PR.

## LA NOSTRA OFFERTA FORMATIVA

Il Master Social Media e Digital Marketing Time Vision si svolge in **formula weekend** (sabato e domenica) e si articola in **184 ore d'aula**.

Il percorso di formazione è arricchito da testimonianze aziendali, esercitazioni individuali, di gruppo e project-work.

**La Faculty del Master** è composta di esperti del settore in grado di apportare un taglio tecnico-operativo oltreché professionalizzante.

**Tutti i Master Time Vision si aprono con il modulo Self Empowerment e Soft Skills e si chiudono con il modulo di Personal Branding e Job Placement;** una scelta di campo dettata dalla volontà di fornire ai partecipanti, oltre alla formazione tecnico-specialistica, relativa al percorso prescelto, una formazione trasversale per diventare dei veri e propri professionisti.

Ad oggi risulta irrinunciabile, infatti, per le aziende avere del personale qualificato, non solo in termini di competenze tecniche, bensì abilità trasversali che pongono l'accento sul come si fanno le cose, e non solo sul cosa si fa; ciò vale ancor più se si tratta di costruirsi una carriera da libero professionista.

*"Formazione a 360° per un profilo personal-professionale ben formato"*

A tal fine è necessario che le new entries nel mondo del lavoro costruiscano un profilo ben formato e focalizzato sugli obiettivi, a partire da una maggiore consapevolezza di sé, da una spiccata propensione all'apprendimento continuo, in una logica **Life Long Learning**, specie se maturato in modalità **Learning by doing**.



Il Master in Social Media e Digital Marketing prevedono, un momento aggregativo finale, sotto forma di **Outdoor Training** (8 ore), ovvero, una giornata di formazione esperienziale che consente al partecipante di sperimentarsi in una vera e propria esperienza di apprendimento on field in gruppo.

Se quanto detto rappresenta la principale funzione dell'inserimento in tutti i Master Time Vision del primo modulo, **Self Empowerment e Soft Skills**, che ha, inoltre, l'obiettivo di favorire un adeguato networking tra i partecipanti e agevolare la composizione del gruppo aula, d'altro canto, l'ultimo modulo dedicato al **Personal Branding e Job Placement**, completa il percorso di costruzione di un profilo personal-professionale ben formato, offrendo una giornata di approfondimento finalizzata alla costruzione di un proprio piano di carriera, destinando particolare attenzione alla persona, in una prospettiva di self-marketing.

Al termine del Master è previsto un ulteriore incontro, il **Career Support** (4 ore), per orientare meglio il partecipante al mondo del lavoro, attraverso un percorso intensivo di assistenza e tutoraggio, in modalità coaching, rispetto al confezionamento del proprio kit di candidatura, **curriculum vitae, lettera e preparazione del colloquio di lavoro**, attraverso simulazioni in aula. Un momento importante che fa da ponte con la successiva fase di stage in azienda.

Il percorso di Alta Formazione professionale, infatti, prosegue con uno **stage a partire da 300 ore garantite da contratto**, che favorisce il placement del Masterino Time Vision; un'esperienza che nell'80% dei casi si tramuta in un inserimento lavorativo, reale obiettivo di un percorso di Alta Formazione.







# PROGRAMMA DIDATTICO

## MASTER SOCIAL MEDIA E DIGITAL MARKETING

### **MODULO 1**

Self empowerment e Soft skills (8h)

### **MODULO 2**

Introduzione al digitale (8h)

### **MODULO 3**

Organizzazione aziendale e social media marketing (8h)

### **MODULO 4**

Marketing & Communication Management (16h)

### **MODULO 5**

Digital Strategy I parte: mezzi e strumenti (16h)

### **MODULO 6**

Digital Strategy II parte: engagement della community (16h)

### **MODULO 7**

Branded content e Digital storytelling (8h)

### **MODULO 8**

Media Planning (16h)

### **MODULO 9**

Facebook (16h)

### **MODULO 10**

Instagram (16h)

### **MODULO 11**

Twitter (8h)

### **MODULO 12**

Linkedin (8h)

### **MODULO 13**

Personal Branding e Job placement (8h)

---

Outdoor training (8h)

Project work (20h)

Career Support (4h)



## MODULO 1 8 ORE

### SELF EMPOWERMENT E SOFT SKILL

- Lo sviluppo personal-professionale: modelli e tecniche
- Le soft skills: problem solving, organizzazione, leadership, comunicazione
- La gestione dei killer: conflitti, tempo, relazioni, obiezioni
- Intelligenza emotiva e sociale
- Public speaking e comunicazione efficace
- Tecniche di negoziazione e decision making
- Tecniche individuali di gestione dello stress da lavoro correlato

### *"Potenziamento delle abilità trasversali e formazione esperienziale"*

Il modulo ha l'obiettivo di rendere ogni partecipante consapevole e in grado di saper riconoscere, valorizzare e migliorare le proprie skills e quelle maggiormente sollecitate dalle aziende. Ogni individuo sarà portato a mettere on field, tramite esercitazioni, serious game e officine, tutte le proprie abilità dal problem solving alla comunicazione, dalla gestione del tempo alla negoziazione, e a ripensarle in chiave updated, per costruire da un lato il miglior percorso di carriera possibile, dall'altro, un moderno modus di lavorare per allineare stile di vita e di lavoro, in un percorso work-life balance.





## MODULO 2 8 ORE

### INTRODUZIONE AL DIGITALE

- Le nuove frontiere della comunicazione aziendale e il ruolo dei social media
- Social presence: identificazione dei social in relazione agli obiettivi e al settore merceologico
- Ideazione e sviluppo della social media strategy
- Analisi dei principali social network: performance e utilizzi.
- Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Vkontakte, Google+, Tumblr, Snapchat, WhatsApp, WeChat, Messenger, Line, Telegram, Foursquare, Anobiii, Periscope, Google my Business
- Definizione del social media plan
- Social commerce: tecniche e strumenti di selling e customer care

## *"Social Media Plan e social media strategy"*

Se Facebook fosse una nazione, oggi sarebbe la più popolosa al mondo, con oltre 2 miliardi di "residenti". Questo modulo analizza lo scenario social e digital costituito dai principali canali del digital marketing e in particolare quello relativo ai social network più interessanti in termini di business. Permette di comprendere le piattaforme più in linea con le esigenze strategiche di comunicazione del brand e di progettare una social media strategy che tenga conto della natura dei differenti canali, delle differenti audience e del budget.



## MODULO 3 8 ORE

### ORGANIZZAZIONE AZIENDALE E SOCIAL MEDIA MARKETING

- Social Media Organization: ruoli e relazioni interne
- La creazione del team di lavoro
- Policy e processi di lavoro
- Software per la gestione integrata delle piattaforme social
- Software per editing grafici e video

### *"Social Media Organization e team di lavoro"*

Questo modulo aiuta a comprendere quali sono le figure professionali in uscita dal Master e come si inseriscono all'interno dei diversi scenari professionali (azienda, agenzia o centro media). Fornisce le basi per la progettazione dei processi di lavoro e per la creazione e la gestione del team e delle sue relazioni intra e inter aziendali. Consegna, inoltre, gli strumenti per scegliere e utilizzare i principali tools per la gestione coordinata e integrata delle piattaforme social da un lato, e del team, dall'altro.





## MODULO 4 16 ORE

### MARKETING & COMMUNICATION MANAGEMENT

- Marketing analitico, strategico e operativo
- Analisi del consumatore
- Analisi dei competitor
- Targeting e Posizionamento
- Brand Identity
- Il piano di comunicazione integrata: mezzi tradizionali e innovativi
- Strategia di comunicazione

### *"Marketing e Comunicazione tra mezzi tradizionali e innovativi"*

Il modulo ha l'obiettivo di fornire i principali asset del Marketing consegnando gli strumenti analitici, strategici e operativi, in relazione al consumer e ai competitor, propedeutici alla definizione del posizionamento di marca e alla costruzione della Brand Identity. L'obiettivo finale è quello di inserire il tema del Social Media Management, in un'ottica più ampia di marketing e communication management aziendale.





## MODULO 6 16 ORE

### DIGITAL STRATEGY II PARTE: ENGAGEMENT DELLA COMMUNITY

- Realtime Marketing
- Community & Crisis Management
- Social Event Management
- UGC e Contest
- Social Media Plan

### *"Digital Strategy: engagement della community"*

Questo modulo approfondisce le attività di una Social media strategy ad alto tasso di engagement della community. Vengono approfondite tecniche di content curation orientate alla creazione di contenuti virali e di Realtime Marketing. Sono, inoltre, analizzate case history di attività di Unconventional Marketing, relative a come progettare un evento non convenzionale che integri un piano di social event management. Di centrale importanza all'interno del modulo anche il tema del coinvolgimento degli utenti e gli strumenti e le tecniche per trasformarli da consumer a prosumer, attraverso tecniche di User Generation Content.





## MODULO 7 8 ORE

### BRANDED CONTENT E DIGITAL STORYTELLING

- Il branded entertainment nella strategia di comunicazione
- La narrazione d'impresa
- I diversi tipi di racconto
- SEO Copywriting
- Video storytelling

### *"Digital storytelling: seo copywriting e narrazione d'impresa"*

Come parlare del brand senza parlare del brand: le tecniche di Branded Content, dalla carta stampata a youtube, rappresentano il tema di questo modulo, completamente nuovo, che ha un forte carattere editoriale. Esso intende fornire le conoscenze tecniche per la creazione di un corretto processo di storytelling, attraverso l'individuazione del più appropriato tone of voice del brand, per conferirgli riconoscibilità e comunicarne in maniera immediata la personalità. Vengono analizzati diversi linguaggi, da quello scritto a quello visual, e chiariti i criteri per selezionare i più adeguati rispetto, al target e agli obiettivi di comunicazione.



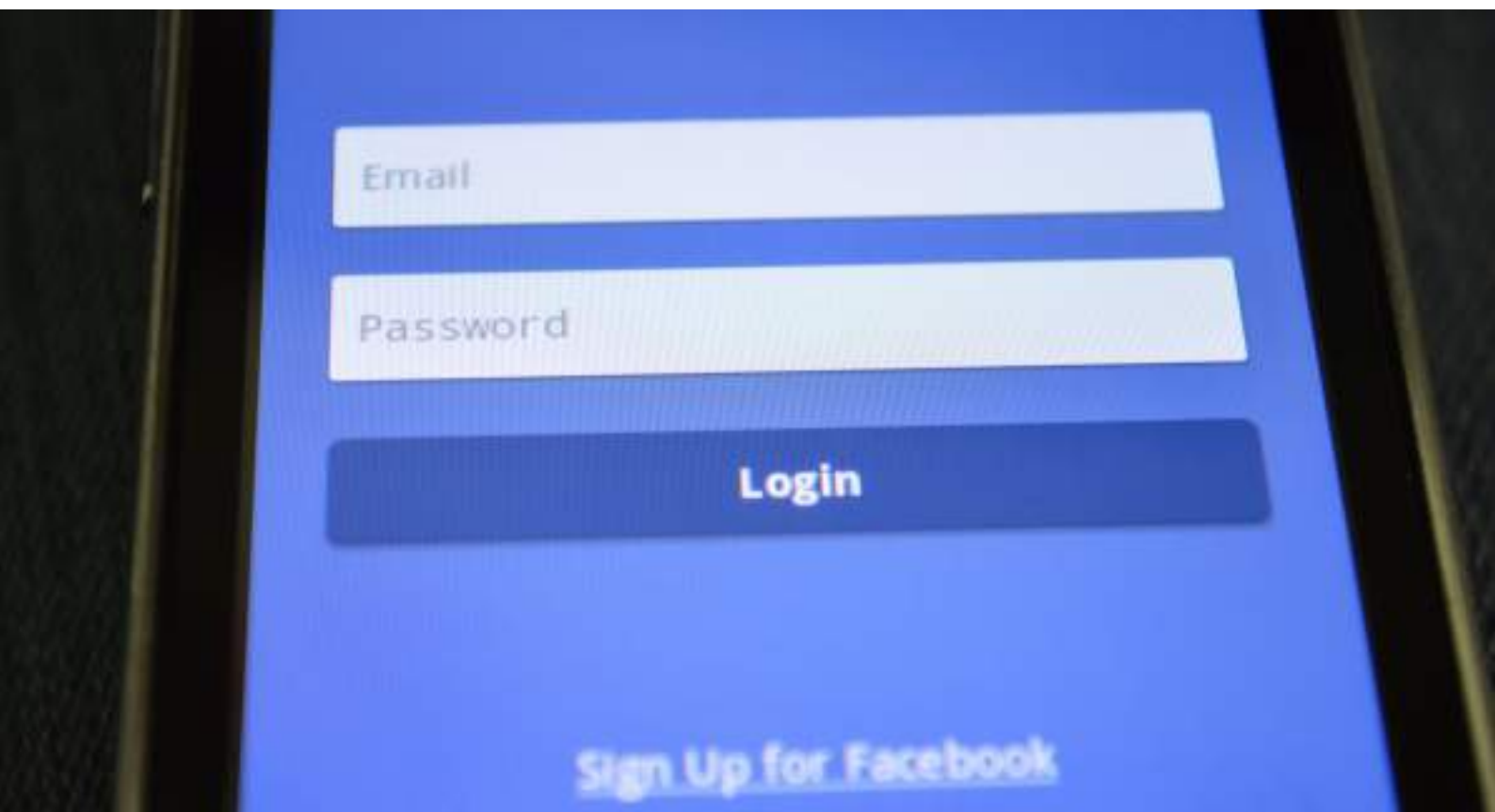
## MODULO 8 16 ORE

### MEDIA PLANNING

- I formati pubblicitari
- Media planning tradizionale e digitale
- Mobile engagement, adv e gamification: le strategie di comunicazione adattate al device
- Google AdS
- Retargeting
- KPI
- ROI

### *"Media planning: KPI e ROI"*

Il media planning è il processo di pianificazione delle campagne pubblicitarie sui mezzi di comunicazione. Scopo primario dell'attività di media planning è l'elaborazione e la realizzazione di un piano mezzi ottimale per una specifica campagna, in grado di generare la maggior pressione pubblicitaria possibile con il budget disponibile, massimizzando le impression, la reach e la frequency nelle attività pianificate, parametri necessari per analizzare rispettivamente, il numero di possibilità che il contenuto strategico venga visto, il numero degli utenti unici che hanno visualizzato il contenuto stesso e la frequenza di consultazione. Durante questo modulo si approfondiscono le tecniche di media buying, gli obiettivi (KPI) e le metriche per misurare il Return On Investment (ROI). Focus su tecniche di SEM (Search Engine Marketing) e laboratorio Google AdSense. Novità del modulo: formati pubblicitari, media planning tradizionale e digitale, mobile engagement.



## MODULO 9 16 ORE

### FACEBOOK

- Identikit del canale Facebook  
Business Manager Algoritmo  
Facebook Engagement strategy
- Implementazione di chatbot
- Adv: criteri di profilazione,  
definizione budget , creazione  
dell'inserzione analisi delle  
performance
- Social commerce: tecniche di  
selling e customer care

### *"Facebook: engagement strategy"*

Il modulo parte con l'introduzione al canale, così come previsto per ogni modulo tecnico specifico sul singolo social network, approfondendo target, dinamiche e funzionamenti tipici della popolazione del canale stesso. La parte centrale del modulo verte sugli strumenti e sulle tecniche mirate alla comprensione del funzionamento dell'algoritmo e, attraverso un laboratorio pratico, consegna la cassetta degli attrezzi per l'utilizzo della piattaforma Adv del canale (Facebook Business Manager) e approfondisce gli obiettivi delle campagne, la tipologia delle inserzioni, la definizione del pubblico e dell'audience, sulla base del contenuto da sponsorizzare e del budget di spesa.





## MODULO 10

### 16 ORE

#### INSTAGRAM

- Identikit del canale Visual storytelling
- Scouting degli hashtag
- Implementazione dei bot
- Adv: struttura dell'annuncio e analisi delle performance
- Laboratorio Photoshop
- Social commerce: tecniche di selling e customer care

### *"Instagram: hashtag e bot"*

Il modulo intende approfondire il carattere del canale, la tipologia del linguaggio utilizzato e le attività, in linea con gli obiettivi di business, attuabili sulla base delle feature, ovvero le caratteristiche dei mezzi e la loro personalizzazione, attraverso specifiche funzionalità messe a disposizione dal canale (feed, stories, IGTV). I partecipanti avranno modo di tradurre nel linguaggio visual, il tono di voce del brand declinando graficamente e fotograficamente lo storytelling scelto per il brand, in relazione al target di riferimento e del canale. Novità del modulo: hashtag Scouting, laboratorio Photoshop, bot assistance Il laboratorio Photoshop permette di comprendere e utilizzare gli strumenti grafici per progettare e attuare una content strategy che possa coinvolgere la community, anche attraverso uno scouting mirato degli hashtag. Vengono, inoltre, approfondite le innovative tecniche di social commerce e di implementazione di bot che offrono assistenza automatizzata, con l'obiettivo di aumentare la brand awareness.



## MODULO 11 8 ORE

### TWITTER

- Identikit del canale
- Live twitting
- Adv: Twitter Ads, tweet sponsorizzati, campagne di interazione

### *"Twitter: identikit del canale"*

Il modulo intende fornire un identikit approfondito del canale, facendo una panoramica sul tono di voce da utilizzare e come trasformare il messaggio in un "cinguettio" nel rispetto dei 280 caratteri messi a disposizione. Mira a sviluppare un senso critico rispetto a quali obiettivi e strategie di brand awareness è possibile raggiungere con l'integrazione del canale in un social media plan e quali tipologie di messaggi scegliere di comunicare su uno strumento a forte carattere politico e giornalistico come twitter. Parte del modulo è dedicato all'approfondimento delle tecniche di sponsorizzazione e l'analisi degli insight generati.



## MODULO 12 8 ORE

### LINKEDIN

- Identikit del canale
- Employer branding
- Adv: creare un business account, utilizzo di Pulse, creazione campagne

### *"LinkedIn: employer branding"*

Il modulo aiuta a comprendere i molteplici e particolareggiati utilizzi del canale in relazione alla sua natura professionale. Esso approfondisce gli obiettivi delle piattaforme che lo costituiscono (LinkedIn Pulse, LinkedIn for Business, LinkedIn Ads) definendone le modalità di impiego in maniera coerente alla corporate image e al professional branding. Attraverso un laboratorio di Social Media Advertising, inoltre, il modulo conferisce gli strumenti per creare differenti tipi di campagne, matched audiences e tracciare conversazioni. Novità del modulo: employer branding, con il suo specifico carattere LinkedIn è considerato il social delle aziende e dei professionisti. È importante comprendere prima, e definire, poi, un piano di employer branding, ovvero il marketing associato all'immagine aziendale veicolata, attraverso diversi canali, per attrarre i talenti, nell'ottica della costruzione del know how aziendale qualificato e competente.





## MODULO 13 8 ORE

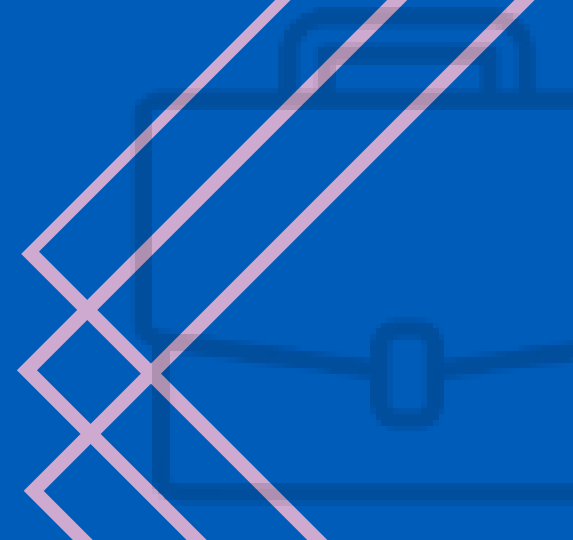
### PERSONAL BRANDING E JOB PLACEMENT

- Self management
- Il kit di candidatura: CV e lettera di presentazione
- Testistica ad hoc per il bilancio di competenze
- Colloqui simulati individuali e di gruppo
- Elevator pitch simulati Serious game per il team working
- Diari delle competenze e SWOT personale
- L'utilizzo dei social per il self marketing

### *"Self marketing e ricerca del lavoro"*

Il modulo ha l'obiettivo di fornire al partecipante una cassetta degli attrezzi ricca e multidisciplinare, e una varietà di abilità cognitive, emotive e relazionali di base che lo agevolino nel lavorare con competenza sul piano individuale e sociale, a partire dalle sue basi motivazionali.

Un modulo tra i più nuovi e più utili per la costruzione iniziale del proprio profilo personal-professionale e dei primi step di carriera, che abbraccia, tanto il lavoro sulle caratteristiche individuali, quanto sulle strategie e gli strumenti più idonei a disposizione per promuovere se stessi ed assistere la mission del lavoro. Grazie alle teorie e tecniche più aggiornate del self empowerment, il partecipante migliora il suo livello di gestione di sé, governando al meglio delle sue possibilità i propri talenti, le competenze tecniche e trasversali acquisite ed incrementate, al servizio di uno scopo superiore, ovvero, la crescita personal-professionale.



# Attestati e certificazioni

Diploma di MASTER IN SOCIAL MEDIA & DIGITAL MARKETING

## Tutoring

Per ogni Master è prevista la presenza di un tutor che, essendo anche un partecipante al percorso formativo, è in grado di assicurare e agevolare i processi di comunicazione interna all'aula, fluidificare le relazioni con i docenti, aggiornare il calendario incontri e, laddove fosse necessario, apportare variazioni in itinere. In generale, la presenza del Tutor favorisce il buon funzionamento tecnico-operativo e organizzativo del corso.

Durante il colloquio conoscitivo puoi candidarti per diventare Tu il Tutor del Master e godere della Borsa a copertura Totale.



# Modalità di iscrizione

Per accedere al Master Social Media e Digital Marketing è necessario prenotare un colloquio con un Responsabile Time Vision, che si terrà in sede. Il colloquio, di natura, conoscitiva e motivazionale, prevede la consegna del proprio Curriculum Vitae che sarà sottoposto ad un'ulteriore valutazione da parte della Commissione per l'assegnazione di una Borsa di Studio, a copertura totale o parziale dai 300 ai 500 Euro. Durante il colloquio, inoltre, è possibile ricevere tutte le informazioni relative all'organizzazione dello Stage garantito da contratto.

# Sede Didattica

I Master Time Vision si tengono

Nella sede Legale e Operativa di Time Vision scarl sita in Corso A. De Gasperi, 169 Castellammare di Stabia.

Nella sede di Alta Formazione di Time Vision scarl di Napoli presso il Centro Direzionale, Isola E/5, Scala C, I piano.

# Organizzazione didattica

Il Master di 184 ore in formula weekend (sabato e domenica) si articola in incontri di 8 ore , dalle 9.30 alle 13.30 e dalle 14.00 alle 18.00.

# Costi e agevolazioni

Il Master Social Media e Digital Marketing ha un costo totale di 2.800,00 euro iva inclusa, rateizzabile in più soluzioni.

Per maggior informazioni contatta la segreteria Master  
081 3941097 - 331 3028193  
[master@timevision.it](mailto:master@timevision.it)



## **AGENZIA FORMATIVA**

Accreditata in Regione Campania cod. accr. 520-04-05

## **AGENZIA PER IL LAVORO**

Accreditata al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali cd C129S042871

**Corso Alcide De Gasperi, 169**

Castellammare di Stabia 80053 (Na)

**Centro Direzionale di Napoli, Isola E/5**

Scala C, 1° piano, interno 3/4

Napoli 80143

Tel: 081 394 10 97 / 081 871 53 96

Fax: 178 225 5443

Cell. +39 331 302 8193

[www.timevision.it](http://www.timevision.it)

[master@timevision.it](mailto:master@timevision.it)

