

<p>Conoscenza e competenze da conseguire</p> <p>Ogni studente/ssa acquisirà le competenze fondamentali per approcciare in modo consapevole il mondo del Social Media Marketing. Dopo una breve introduzione teorica, verranno approfondite le fasi di una campagna integrata con i social media, pianificazione, esecuzione e monitoraggio della stessa. Apprese le conoscenze fondamentali, gli studenti le metteranno in pratica con esercizi durante le lezioni.</p>	<p>Learning outcomes</p> <p>Every student will acquire the fundamental skills to approach the world of Social Media Marketing consciously. After a brief theoretical introduction, the phases of an integrated social media campaign, planning, execution, and monitoring will be explored. Once the fundamental knowledge is acquired, students will put it into practice through exercises during the lessons.</p>
<p>Contenuti del corso</p> <p>Introduzione allo sconfinato mondo del Social Media Marketing, con focus sugli obiettivi del corso e argomenti che verranno trattati.</p> <p>Strategia, pianificazione e operatività Approfondimento sui social media più comuni e utilizzo pratico degli stessi. Verranno mostrate le fasi in cui si pianifica strategicamente ed operativamente una campagna, con esercizi pratici in aula per la messa terra di una reale campagna di comunicazione sui social.</p> <p>Ricerca, conversione e monitoraggio Analisi dei dati e dei costi. Profilazione delle campagne e interpretazione delle principali metriche di monitoraggio sui social media.</p>	<p>Course content</p> <p>Introduction to the vast world of Social Media Marketing, with a focus on the course objectives and topics that will be covered.</p> <p>Strategy, Planning, and Operations In-depth exploration of the most common social media platforms and their practical use. The phases involved in strategically planning and executing a campaign will be demonstrated, with practical classroom exercises for implementing a real social media communication campaign.</p> <p>Research, Conversion, and Monitoring Analysis of data and costs. Profiling of campaigns and interpretation of key monitoring metrics on social media</p>
<p>Prerequisiti</p> <p>È importante avere appreso adeguatamente le basi del corso di Digital Advertising e Semiotica e Storytelling del primo anno.</p>	<p>Prerequisites for access</p> <p>It is important to have adequately learned the fundamentals of the Digital Advertising and Semiotics and Storytelling courses in the first year.</p>
<p>Testi/Bibliografia di riferimento</p> <p>Social Media Marketing, marketer nella rivoluzione digitale. Philip Kotler, Milano: Hoepli, 2019. Inoltre il docente fornirà dispense specifiche, che consegnerà in formato elettronico PDF, contenenti articoli e ricerche disponibili sul web; queste saranno parte integrante del programma del corso.</p>	<p>Readings/Bibliography</p> <p>Social Media Marketing, marketer nella rivoluzione digitale. Philip Kotler, Milano: Hoepli, 2019. Furthermore, the professor will provide specific handouts in electronic PDF format, containing articles and research available on the web; these will be an integral part of the course curriculum.</p>
<p>Metodi e strumenti didattici</p> <p>Lezioni frontali altamente interattive, dove la partecipazione degli studenti è fondamentale. Verranno utilizzate presentazioni slide a supporto della didattica, con video, immagini, dati, ecc.</p>	<p>Teaching tools and methods</p> <p>Highly interactive classroom lectures where student participation is essential. Slide presentations will be used to support teaching, including videos, images, data, etc.</p>

<p>Modalità di verifica e valutazione dell'apprendimento</p> <p>La prova d'esame è in due parti: consegna del lavoro di gruppo svolto durante le lezioni + elaborato argomentativo di ricerca personale (tesina). Entrambe concorreranno alla definizione del voto di esame.</p> <p>L'argomento della tesina verrà scelto insieme al docente, con propensione verso analisi di campagne interessanti da approfondire e studiare. La tesina dovrà avere una lunghezza massima di 5 pagine, di 2000 caratteri ciascuna.</p> <p>L'elaborato verrà sviluppato in modo autonomo dallo studente e sarà esaminato solo in sede di valutazione per l'esame. La tesina sarà elaborata dagli studenti durante le ore di studio a casa, e consegnata entro scadenze che saranno comunicate durante il corso.</p>	<p>Assessment methods and criteria</p> <p>The exam consists of two parts: the submission of the group work carried out during the lessons and an argumentative elaboration of personal research (essay). Both will contribute to the final exam grade.</p> <p>The topic of the essay will be chosen in collaboration with the professor, with a preference for in-depth analysis of interesting campaigns. The essay should have a maximum length of 5 pages, with 2000 characters each.</p> <p>The elaboration will be developed independently by the student and will only be assessed during the examination. The essay will be prepared by the students during their study hours at home and submitted within deadlines that will be communicated during the course.</p>
---	--