

DESCRIZIONE DI UNA SINGOLA UNITA' FORMATIVA
DESCRIPTION OF A SINGLE EDUCATIONAL UNIT

Titolo/eventuale codice dell'unità formativa: NET MARKETING – ABLE 69

Name/code of the educational unit: NET MARKETING – ABLE 69

Tipo di unità formativa: Obbligatoria

Type of educational unit: Compulsory

Anno/semestre di studio: 1° anno / 2° semestre

Year/semester of study: first year second semester

Numero di crediti attribuiti: 6 CFA

Number of ECTS credits allocated: 6 CFA

Nome del/dei docente/i: GIULIA PORCEDDU CILIONE

Name of the lecturer(s): GIULIA PORCEDDU CILIONE

Risultati di apprendimento:

Dopo aver completato il corso e superato la verifica del profitto, lo studente è in grado di orientarsi nel mondo della comunicazione e del marketing digitale, grazie a nozioni fondamentali, riferimenti, strumenti, esempi pratici e metodologie - focalizzati sul settore delle arti e cultura - che lo supporteranno sia a livello teorico che pratico nella formulazione di azioni mirate.

Learning outcomes: in traduzione

Modalità di erogazione: Convenzionale

Mode of delivery: Presence

Pre-requisiti e co-requisiti: nessuno

Pre-requisites and co-requisites: none

Contenuti dell'unità formativa:

Nel passaggio dal marketing tradizionale a quello digitale, il corso affronta l'evoluzione del Marketing 4.0 e il nuovo ecosistema digitale all'interno del panorama dei new media e delle nuove tecnologie, analizzando le diverse componenti quali: la pianificazione strategica, la formulazione del piano di comunicazione, l'omnichannel Marketing, il content marketing, le digital PR e il Social Media Marketing. Saranno analizzate le best practices del settore, tra cui la comunicazione e la promozione del settore dell'arte e della cultura a livello nazionale e internazionale: artisti, musei, fiere, magazine, blog e progetti speciali che hanno come fulcro la relazione tra contenuto, programma, audience engagement e comunicazione digitale in un'ottica di innovazione e sperimentazione.

Course contents: in traduzione

Lecture e altre risorse/strumenti didattici consigliati o richiesti

Saranno fornite presentazioni durante ciascuna lezione con riferimenti, video, link, portali e strumenti online adatti ad approfondire ogni specifica tematica trattata.

I due testi di riferimento sono:

- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, *Marketing 4.0*, Hoepli, 2017
- Alessandro Bollo, *Il marketing della Cultura*, Carocci editore, 2012



Recommended or required reading and other learning resources/tools

- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, *Marketing 4.0*, Hoepli, 2017
- Alessandro Bollo, *Il marketing della Cultura*, Carocci editore, 2012

Attività di apprendimento e modalità prevalenti di didattica: lezioni collettive

Learning activities and teaching methods: class work

Metodi e criteri di verifica del profitto:

All'interno del corso sarà sviluppato e presentato un progetto che fungerà da base per la valutazione dello studente in fase di esame. La discussione sarà orale e verterà sui testi e sui riferimenti forniti durante il corso.

Assessment methods and criteria: in traduzione

Lingua/e di insegnamento e di verifica del profitto: Italiano

Language(s) of instruction/examination: Italian