



Corso e annualità: Corso 1 Organizzatore dello Spettacolo 2023/2024

Materia: Promozione, comunicazione e marketing

Docente: Valeriya Kilibekova

Contenuti del corso:

Modulo 1: Introduzione al marketing e alle strategie di comunicazione

- Il marketing: perché è importante
L'offerta: il marketing mix, la strategia di marketing, il piano marketing
- **La domanda:** la segmentazione del pubblico – diversi modelli + la piramide dei clienti come un modello di segmentazione.
- Dal marketing alla comunicazione
- I modelli di comunicazione: AIDA, il funnel, il growth hacking
- Introduzione al digital marketing. Cos'è, a cosa serve, come possiamo usarlo
- Cosa comunicare: l'identità aziendale e il concept di comunicazione
- I sistemi complessi di comunicazione
- La percezione nella comunicazione
- La dipendenza dalle informazioni

Modulo 2: Creatività e contenuti

- Social media marketing: perché, domande per costruire una strategia SMM. Principali finalità dei social: raccontare
- Principi della scrittura efficace
- Il viaggio dell'eroe: un approccio per creare un racconto coinvolgente
- Una roadmap per impostare la strategia e il concept di comunicazione
- Instagram e TikTok: differenze e similitudini
- LinkedIn: come usarlo in modo efficace per la comunicazione professionale e aziendale

Modulo 3: Digital advertising e analisi dati

- Cosa sono le campagne advertising, come funzionano e a cosa servono
- Come pianificare le campagne adv
- Google Ads: strumento advertising pay per click. Le reti pubblicitarie, quando usarle, per cosa si paga, come misurare i risultati
- Meta Ads: panoramica, come scegliere l'obiettivo adatto, come usare Business Manager
- Lettura e interpretazione dati: come scegliere i KPI giusti, quali dati monitorare, quando apportare le modifiche, quali

Modalità di valutazione: Gli studenti vengono valutati per i seguenti aspetti:

- puntualità, frequenza e comportamento e capacità relazionale durante le lezioni
- proattività e partecipazione (discussioni, domande, interazione con i colleghi/e)
- puntualità nella consegna degli assignment

- capacità di impadronirsi di contenuti di digital marketing
- capacità di sviluppare abilità tecnico-pratiche

Bibliografia:

Le lezioni si avvalgono di slide di accompagnamento e sostegno delle lezioni. Sono inoltre utilizzati materiali di comunicazione e marketing disponibili sul web, contenuti multimediali, dashboard di analisi e produzione dati, siti e tool web.

C.F. 97269560153 - P.I. 13212030152
Posta Elettronica Certificata (PEC)
fondazionemilano@pec.it