

Digital School

eCAMPUS UNIVERSITÀ

MASTER DIGITAL MARKETING SPECIALIST

INSEGNAMENTO: Marketing Digitale Avanzato

DOCENTE: Stefano Besana

Cfu: 6

Indirizzo e-mail: stefano.besana@gmail.com

SI RICORDA AGLI STUDENTI CHE IN BASE ALLA COMUNICAZIONE DI SEGRETERIA DEL 12/12/2013, I DOCENTI SONO CONTATTABILI ATTRAVERSO IL SISTEMA DI MESSAGGISTICA DELLA PIATTAFORMA.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire allo studente i seguenti risultati di apprendimento.

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione: a. comprendere le caratteristiche del marketing digitale e i concetti che ne sono alla base; b. comprendere in che modo il marketing digitale ha rivoluzionato il nostro modo di fare comunicazione e di coinvolgere il cliente c. comprendere le trasformazioni che il marketing digitale ha portato all'interno dell'impresa.
2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate: a. conoscere i principali strumenti propri del marketing digitale e in che modo questi possono essere applicati a un contesto organizzativo e comunicativo; b. conoscere e applicare i principali approcci teorici; c. conoscere e saper strutturare metodologie e approcci strategici propri del marketing digitale.
3. Con riferimento all'autonomia di giudizio a. stimolare una lettura critica dei fenomeni legati al digitale e alla trasformazione organizzativa che questo fenomeno ha portato; 2 b. mettere in evidenza i rischi della comunicazione, la relazione tra comunicazione e potere, gli effetti del marketing digitale sulla comunicazione aziendale e sull'impresa stessa; c. Riflettere sull'impatto che una strategia di marketing digital ha all'interno dei processi dell'organizzazione.
4. Con riferimento alle abilità comunicative a. stimolare la capacità di utilizzare il gergo appropriato nell'ambito della comunicazione digitale b. comprendere i termini tecnici e i corretti descrittori per i fenomeni che riguardano il mondo del digital marketing c. acquisire autonomia nel rispondere e nel gestire conversazioni complesse nell'ambito del marketing e della comunicazione digitale.
5. Con riferimento all'abilità ad apprendere a. acquisire gli strumenti che consentano di procedere in modo autonomo all'approfondimento della disciplina b. comprendere come muoversi all'interno del mondo della comunicazione e del marketing digitale.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il corso si compone di 6 unità didattiche:

1. Una Strategia di Marketing nel mondo Digitale
2. Social Media Listening e Digital Analytics: l'importanza della misurazione
3. Digital Marketing Strategy: le basi per la costruzione di una Strategia digitale
4. Digital Marketing Strategy: la costruzione e gli elementi di una strategia digitale

5. Digital Governance, Policy e Guidelines
6. Dal Marketing Digitale alla Digital Enterprise

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

- Lo studente dovrà essere in grado di conoscere le basi del marketing digitale e tradizionale e di saper identificare i fattori differenzianti che compongono una strategia di digital marketing.
- Lo studente dovrà anche essere in grado di articolare un pensiero strategico adatto alla connessione delle strategie digitali con i business tipici di un'organizzazione.
- È necessario che lo studente esponga il tutto in modo corretto, con adeguato tono espositivo e padroneggiando i termini e le sigle proprie della materia mostrando conoscenza approfondita degli argomenti del corso.
- Lo studente sarà ulteriormente premiato qualora dovesse manifestare pensiero critico sulla materia identificando aree di discussione rilevanti in sede di colloquio orale.

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Gli esami si svolgeranno seguendo le attuali normative dell'Ateneo secondo le disposizioni dei criteri di attribuzioni previsti.

MATERIALE DIDATTICO

Il materiale fornito dal docente risulta essere esaustivo al fine del superamento dell'esame.

Un testo consigliato dal docente per approfondire i temi d'esame è:

Collaborative Company, di Stefano Besana, Egea, 2019.

CONSIGLI DEL DOCENTE

1. Si consiglia lo studio graduale dei materiali didattici.
2. La capacità di individuare e discutere i nessi tra le diverse parti del corso sarà particolarmente apprezzata in sede di esame orale (facoltativo).
3. Per sostenere l'esame è assolutamente necessario aver scaricato tutte le lezioni del corso.
4. Il digital marketing è una materia dalle applicazioni estremamente pratiche, esempi, connessioni e collegamenti proposti dagli studenti saranno fortemente valorizzati.
5. Si consiglia l'approfondimento dei temi trattati attraverso la lettura di blog e link che saranno inclusi all'interno del corso.
6. L'approfondimento viene consigliato soprattutto attraverso i link e i blog dei professionisti che si occupano dell'argomento anche – e soprattutto – considerando l'estrema velocità del fenomeno preso in esame.