

MASTER DIGITAL MARKETING SPECIALIST

INSEGNAMENTO: Social Media Marketing

DOCENTE: Giorgio Caridi

Cfu: 9

Indirizzo e-mail: giorgio.caridi@uniecampus.it

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 Consentire una buona conoscenza e comprensione dei concetti di base e delle problematiche legate al marketing, con un focus sul marketing digitale, e all'utilizzo dei social media.
2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate Costituisce parte del corso un'area dedicata all'approfondimento di casi pratici specifici, facilitando così la comprensione soprattutto in termini di prassi manageriali.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

Il programma del corso è così costituito:

1. Concetti generali di marketing tradizionale e digitale
2. Definizione, realizzazione e controllo dei piani di marketing
3. La comunicazione d'impresa
4. La pianificazione del social media marketing
5. I fondamentali del social media marketing
6. Strumenti e piattaforme per il marketing digitale e il social media marketing I
7. Strumenti e piattaforme per il marketing digitale e il social media marketing II
8. Il controllo nel social media marketing
9. Il controllo nel social media marketing II + Casi aziendali.

MODALITÀ D'ESAME E 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

Tutto il materiale messo a disposizione dal docente garantisce il superamento dell'esame.

Il docente consiglia i seguenti testi per integrare la preparazione alla materia:

- *Fondamenti di Marketing - Terza edizione*, Blythe J., Cedrola E., Pearson Italia, 2013
- *Social Media ROI*, Cosenza V., Apogeo, 2014
- *#telodicocosi: Innovazione e comunicazione negli attori sociali*, Caridi G., Edizioni Polimata, 2017.