



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Marketing Communication

2021-1-F7702M040-F7702M087M

---

#### Area di apprendimento

#### Obiettivi formativi

Comprendere la natura del marketing e della comunicazione digitale attraverso la conoscenza del dato, approfondendone i caratteri e le potenzialità.

#### Contenuti sintetici

Il \_\_\_\_\_

#### Programma esteso

Data Science, Mining e Marketing

Il processo di digital marketing: il mercato, i dati, gli attori ed i rispettivi ruoli

Customer Relationship Management

Canali di comunicazione digitale e Unique Customer View

Customer Journey e modalità di contatto sul cliente

Social Media Analysis, Data Discovery e Campaign Management

Media Mix e Marketing Mix

Misurazione della performance, modelli e strumenti di simulazione

## **Prerequisiti**

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali

Nel periodo di emergenza Covid-19 le lezioni si svolgeranno da remoto asincrono con eventi in videoconferenza sincrona.

## **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Alla fine del corso gli studenti possono sostenere un esame scritto

Nel periodo di emergenza Covid-19 gli esami orali saranno solo telematici utilizzando la piattaforma WebEx e nella pagina e-learning dell'insegnamento verrà riportato un link per l'accesso all'esame.

## **Testi di riferimento**

- Nico Di Domenica, Attilio Redivo, Edoardo Rozzoni, & Gianluigi Crippa, *Digital marketing. Data, analytics, tecnologie e canali digitali*. Pearson, 2020.
-