



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.
-