UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Social Media Analytics

2122-2-F6302N046

Obiettivi formativi

Il corso individua due ambiti di obiettivi distinti e complementari.

In primo luogo gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle dinamiche psicologiche e di mercato che spiegano il comportamento del consumatore on-line:

- Dalla Computer Mediated Communication ai Social Networks
- Percezione del rischio e Fiducia
- Privacy concerns e self-disclosure
- On-line decision making e e-commerce
- User generated content
- On-line communities
- L'impatto dei social media sugli acquisti
-

La seconda parte del corso approfondisce i temi della strategia applicata ai social media e degli strumenti di analisi

- Social networks e persuasione

- L''uso dei social networks per misurare la consumers’ brand perception
- Influencers, consumers and celebrities endorsements
- Content Analysis dei Social Networks
- Social Networks etnography
- Social media e media planning
- L'adozione dei social media per 'consumer satisfaction audits'
- Polarizzazione, fake news e reputazione del brand
- Brand advocacy and the social media advocacy model
- SOCIAL MEDIA ANALYTICS PARAMETERS: *call-to-action; engagement; followers; impressions; like page; page views, Post Reach*
- FACEBOOK INSIGHT
- INSTAGRAM INSIGHT
- LINKEDIN ANALYTICS
- KEYHOLE
- BUFFER
- HOOTSUITE
- SOCIAL BAKERS

Contenuti sintetici

Il corso individua due ambiti di obiettivi distinti e complementari.

In primo luogo gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita delle dinamiche psicologiche e di mercato che spiegano il comportamento del consumatore on-line. La seconda parte del corso è invece dedicata alle strategie persuasive, agli strumenti di marketing e di misurazione applicati ai social media.

Programma esteso

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Il corso verrà erogato in e-learning.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Esame orale

Testi di riferimento

Il materiale di studio è caricato sulla piattaforma e-learning: le slides di tutte le lezioni videoregistrate, articoli e altri materiali definiti 'obbligatori'.

Periodo di erogazione dell’insegnamento

secondo semestre

Lingua di insegnamento

italiano