UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Digital Communication

2122-1-F7702M073-F7702M120M

Area di apprendimento

Obiettivi formativi

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

Contenuti sintetici

Il modulo mira ad approfondire il digital marketing process, con focus sulla comunicazione, il mercato, i dati e gli attori.

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

(Le lezioni si svolgeranno in presenza se l'andamento dell'emergenza sanitaria COVID19 lo renderà possibile).

Modalità di verifica dell'apprendimento

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione.

Negli appelli ufficiali l’esame sarà svolto in forma orale sui Testi di Riferimento indicati alla pagina del corso.

Gli esami saranno svolti in presenza compatibilmente con l'andamento dell'emergenza Covid-19.

Testi di riferimento

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