



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Digital Communication

2324-1-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**

Nessuno

## **Metodi didattici**

Lezioni frontali e case study con testimonianze aziendali

Lingua di insegnamento: Italiano

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

A fine corso è possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione (domande aperte). Le domande aperte includono sia quesiti che coprono tematiche più ampie e richiedono quindi una risposta più articolata, che quesiti relativamente specifici che richiedono una risposta breve.

Negli appelli ufficiali l'esame sarà svolto in forma orale sui testi di riferimento indicati alla pagina del corso.

## **Testi di riferimento**

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

## **Sustainable Development Goals**

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

---