



UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

## SYLLABUS DEL CORSO

### Digital Communication

2425-1-F7702M073-F7702M120M

---

#### Area di apprendimento

Scienze Economico-Aziendali

#### 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**

Per gli studenti Erasmus, conoscenze di base di marketing

## **Metodi didattici**

Insegnamento svolto ricorrendo a due modalità didattiche:

- 13 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa
- 8 lezioni da 2 ore svolte in modalità erogativa nella parte iniziale, che può coinvolgere gli studenti in modo interattivo nella parte finale.

Le lezioni saranno svolte principalmente in presenza; alcune lezioni potranno essere eventualmente impartite da remoto.

Lingua di insegnamento: Italiano

Semestre: 1

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

A fine corso sarà possibile sostenere un esame scritto sul materiale spiegato a lezione. La prova scritta consisterà in domande aperte (esposizione e comprensione di argomenti trattati a lezione). 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 è svolto in forma di colloquio orale sulla bibliografia indicata alla pagina del corso per verificare la conoscenza degli argomenti e la capacità di riflessione su punti critici del programma.

## **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

---