
Docente: De Luca Annalisa

Tipo di incarico: Docente a contratto

Titolo del corso: Media & Sport: profili gestionali

6 cfu

Programma

Dal commercio elettronico (Amazon, eBay, Google, etc) allo streaming di musica e video (Apple, Pandora, Netflix, etc) passando per i social network (Facebook, Instagram, Tik Tok, etc), l'innovazione digitale ha trasformato il mercato dei consumi e gli stili di vita degli utenti.

Il corso intende esaminare in modo approfondito i trend che hanno mutato lo scenario competitivo degli ultimi 20 anni, quelli emergenti che determineranno l'orientamento di mercato degli anni a venire e le strategie di successo di trasformazione digitale adottate in ambito strategico, di comunicazione e marketing.

Un'ampia sezione del corso sarà quindi dedicata alle principali case history a livello internazionale e alla definizione degli elementi di successo e di criticità delle stesse.

Tutte le tematiche saranno affrontate in chiave pratica, evidenziandone la rilevanza nel mondo del lavoro con particolare riguardo alla sfera gestionale.

Agli studenti sarà inoltre offerta l'opportunità di lavorare ad un progetto per mettere in pratica le nozioni via via acquisite durante il corso.

Attraverso l'analisi approfondita della complessità dei media, con particolare riguardo all'ambito sportivo, e lo studio di strumenti, canali e piattaforme utili ad analizzare il mercato e a comunicare efficacemente, rispetto alla popolazione target, lo studente sarà chiamato a:

- o esaminare e analizzare le strategie di marketing digitale;
- o conoscere e valutare la gamma degli strumenti e canali di marketing digitale, mobile e social e i rispettivi punti di forza e criticità;
- o riconoscere il valore delle comunità online, dei social network e dei contenuti generati dagli utenti;
- o apprezzare l'importanza dell'utilizzo di tecnologie e canali digitali per costruire e coltivare le relazioni con i clienti;
- o dimostrare la comprensione della varietà di metriche disponibili per valutare azioni di marketing digitale (social).

Obiettivo ultimo del corso è quello di mettere lo studente nelle condizioni di riuscire ad esaminare in modo critico strategie e azioni di marketing digitale, realizzare una proposta in ambito digitale, negoziarla e valutare i suoi impatti.

The course programme is the following:

Dal commercio elettronico (Amazon, eBay, Google, etc) allo streaming di musica e video (Apple, Pandora, Netflix, etc) passando per i social network (Facebook, Instagram, Tik Tok, etc), l'innovazione digitale ha trasformato il mercato dei consumi e gli stili di vita degli utenti.

Il corso intende esaminare in modo approfondito i trend che hanno mutato lo scenario competitivo degli ultimi 20 anni, quelli emergenti che determineranno l'orientamento di mercato degli anni a venire e le strategie di successo di trasformazione digitale adottate in ambito strategico, di comunicazione e marketing.

Un'ampia sezione del corso sarà quindi dedicata alle principali case history a livello internazionale e alla definizione degli elementi di successo e di criticità delle stesse.

Tutte le tematiche saranno affrontate in chiave pratica, evidenziandone la rilevanza nel mondo del lavoro con particolare riguardo alla sfera gestionale.

Agli studenti sarà inoltre offerta l'opportunità di lavorare ad un progetto per mettere in pratica le nozioni via via acquisite durante il corso.

Attraverso l'analisi approfondita della complessità dei media, con particolare riguardo all'ambito sportivo, e lo studio di strumenti, canali e piattaforme utili ad analizzare il mercato e a comunicare efficacemente, rispetto alla popolazione target, lo studente sarà chiamato a:

- o esaminare e analizzare le strategie di marketing digitale;*
- o conoscere e valutare la gamma degli strumenti e canali di marketing digitale, mobile e social e i rispettivi punti di forza e criticità;*
- o riconoscere il valore delle comunità online, dei social network e dei contenuti generati dagli utenti;*
- o apprezzare l'importanza dell'utilizzo di tecnologie e canali digitali per costruire e coltivare le relazioni con i clienti;*
- o dimostrare la comprensione della varietà di metriche disponibili per valutare azioni di marketing digitale (social).*

Obiettivo ultimo del corso è quello di mettere lo studente nelle condizioni di riuscire ad esaminare in modo critico strategie e azioni di marketing digitale, realizzare una proposta in ambito digitale, negoziarla e valutare i suoi impatti.

Testi adottati

Nel corso delle lezioni verranno fornite agli studenti le slide e le letture suggerite.

FOR INTERNATIONAL STUDENTS:

Nel corso delle lezioni verranno fornite agli studenti le slide e le letture suggerite.

Valutazione

Esame orale + esame scritto

Oral exam + Written exam