

Docente: Soro Francesco

Tipo di incarico: Professore a contratto

Titolo del corso: Digital Media and Innovation Management

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:

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

Piano lezioni:

1. Trend di mercato
2. Il lavoro del futuro
3. Il nuovo ecosistema dei digital media
4. Il digital marketing funnel
5. La centralità dei contenuti
6. Transmedia storytelling
7. Il piano strategico digitale
8. Il linguaggio dei Social media - parte I
9. Il linguaggio dei Social media Social media - parte II
10. App strategy
11. Web strategy
12. Esercitazione

Al fine di stimolare l'interazione e l'approfondimento dei temi, nonché al fine di realizzare esercitazioni in aula, i partecipanti al corso saranno incoraggiati a portare con sé smartphone, tablet e/o computer portatili da usare durante le lezioni sotto la guida dei docenti.

Testi adottati:

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

Valutazione:

Esame orale + esame scritto