

PROGRAMMA DEL CORSO DI MARKETING DIGITALE

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

9

DESCRIZIONE

1 - FONDAMENTI DI MARKETING

2 - IL MARKETING E L ANALISI DELL AMBIENTE

3 - SEGMENTAZIONE, TARGETING E POSIZIONAMENTO

4 - IL MARKETING MIX. IL PRODOTTO

5 - IL MARKETING MIX. IL PREZZO

6 - IL MARKETING MIX. LA PROMOZIONE

7 - IL MARKETING MIX. LA DISTRIBUZIONE

8 - SERVICE

9 - IL SERVICE MARKETING MIX

10 - COMMUNICATION MIX

11 - INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

12 - LE 4C DEL SERVICE MARKETING MIX

13 - BRAND MARKETING

14 - BRAND IMAGE

15 - EVENT MARKETING E SPONSORSHIP

16 - EXPERIENCE ECONOMY

17 - DAL MARKETING 1.0 AL MARKETING 5.0

18 - LE SFIDE DEL DIGITAL MARKETING

19 - IL NUOVO PARADIGMA DIGITALE

20 - IL DIGITAL MARKETING INTEGRATO

21 - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)

22 - LA PAID SEARCH

23 - DIGITAL DISPLAY ADVERTISING

24 - LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA DISPLAY

25 - CONTENT CREATION

26 - SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

27 - IMC E SMM

28 - L AMBIENTE E I SOCIAL MEDIA

29 - IL SOCIAL CONSUMER

30 - LA SOCIAL COMMUNITY

31 - LA RETE SOCIALE E DI INFLUENZA

32 - L'INFLUENCER MARKETING

33 - DALLE STRATEGIE ALLE TATTICHE

34 - LE TATTICHE ORIENTATE AL VALORE

35 - IL SOCIAL ENTERTAINMENT

36 - IL SOCIAL COMMERCE

37 - IL REAL TIME MARKETING E SOCIAL MEDIA

38 - GESTIRE ED INTERPRETARE I DATI

39 - LA DIGITAL BALANCED SCORE CARD

40 - IL MOBILE MARKETING

41 - APP MARKETING STRATEGY
