

## 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