

# 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

43 - Gestire ed interpretare i dati

44 - L E-commerce customer journey

45 - Email marketing

46 - Affiliate Marketing

47 - Il Growth Hacking

48 - Blockchain Marketing

49 - NFT marketing

50 - IoT

51 - Value Proposition Canva

52 - Introduzione al Neuromarketing

53 - AI marketing decision

Il/La Docente si riserva la possibilità di modificare il programma didattico