# Laboratorio di Valorizzazione digitale dei beni artistici e culturali del territorio

## Dott. Antonio Cadei

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti una generale comprensione di strategie e tecniche di comunicazione digitale mirate alla promozione di beni artistici, ambiti culturali e destinazioni territoriali.
Consentirà agli studenti lo sviluppo delle nozioni di base di pianificazione e realizzazione di azioni comunicazione e marketing sugli ecosistemi digitali.
Svilupperà la capacità sia progettuale che operativa in una visione d’insieme, necessaria al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

***Risultati di apprendimento attesi***

Al termine dell’insegnamento, lo studente sarà̀ in grado di analizzare il contesto nel quale operare, identificare i punti di forza da utilizzare nel piano di comunicazione, intraprendere azioni correttive e di implementazione dei servizi in carenza, costituire vere e proprie campagne comunicate e/o marketing declinate secondo il proprio percorso e gli strumenti appresi.
Sarà inoltre in grado di valutare partner e competitor delle azioni digitali e innescare processi di co-marketing, attività off-line e integrazioni off-line/on-line.
La conoscenza operativa consentirà di apprezzare la rilevanza delle azioni da intraprendere in ottica di efficienza/costi benefici e valutazione di budget necessari.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

* ANALISI DEGLI ECOSISTEMI DIGITALI
* INDIVIDUAZIONE OBIETTIVI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE
* IMMAGINE COORDINATA E COERENZA COMUNICATIVA
* BRAND AWARNESS
* SVILUPPO DELLE STRATEGIE
* SVILUPPO DEI CONTENUTI
* STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E MARKETING
* SOCIAL NETWORK
* GOVERNANCE PROATTIVA, COINVOLGIMENTO E CAMPAGNE
* ATTIVITA’ OFF-LINE / ON-LINE
* INBOUND MARKETING
* ADVERTISING DIGITALE
* METODI DI ANALISI DEI DATI E BENCHMARK

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per l’attività̀ di laboratorio è previsto un esame orale con presentazione su supporto di power point dei risultati di un modello comunicativo scelto e analizzato. Dovrà essere comprensivo della realizzazione di una decina di elementi visivi (grafica/foto/video) e contenutistici (copy testuale scritto, parlato o altre forme) di diversi tipi di creatività analizzate durante il corso.

Saranno inoltre valutate la capacità di comprensione delle redemption, l’utilizzo degli strumenti di sviluppo e analisi ritenuti più̀ coerenti tra quelli proposti.

Gli studenti che mancheranno a più di 2 lezioni su 5 saranno considerati non frequentanti. Costoro sono tenuti a prendere visione delle lezioni nella versione on line sulla piattaforma Blackboard, e a disporre una prova finale secondo le stesse modalità dei frequentanti seguendo le relative indicazioni

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Lo studente dovrà possedere la conoscenza del funzionamento dei principali social network, i fondamenti di base dello sviluppo di siti web e relative connessioni con database, app e sistemi di funneling.
Capacità di comprensione dei principali fattori di analisi dei dati digitali.
Capacità di trattamento delle immagini e video anche con strumenti on-line.
Costituisce vantaggio possedere buone capacità nelle tecniche di ripresa foto/video e nello sviluppo del copywriting.