# 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

***BIBLIOGRAFIA***

* *Professione social media manager -* Veronica Gentili [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/veronica-gentili/professione-social-media-manager-strategie-tattiche-e-strumenti-per-i-professionisti-del-social-media-marketing-9788820393175-697130.html)
* *Zero concorrenti -* Marco de Veglia [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/marco-de-veglia/zero-concorrenti-come-usare-il-brand-positioning-per-differenziarti-e-farti-cercare-dai-clienti-9788894217223-697131.html)
* *Brand Facile* - Marco de Veglia
* *Winning the Zero Moment of Truth eBook -* Jim Lecinski
* *Neuro-Marketing il nervo della vendita* (Patrick Renvoisé) [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/patrick-renvoise-christophe-morin/neuromarketing-il-nervo-della-vendita-9788871669359-298725.html)
* *Neuro web design L’inconscio ci guida nel web* (Susan M. Weinshenk) [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/susan-m-weinschenk/neuro-web-design-9788838787942-697132.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Ogni lezione si divide in due parti: una parte di approfondimento concettuale e una parte più pratica con utilizzo di strumenti e presentazione di case history.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per l’attività 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.

Il modello comunicativo, elaborato d’esame, potrà essere realizzato in un team di lavoro di massimo 4 componenti che potranno utilizzarlo nell’esame finale.

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.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Il lunedì dalle ore 16:00 alle ore 18:00.