**Content e Digital Marketing**

Prof. Roberto Nelli

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

Il corso è volto ad approfondire le principali trasformazioni in atto nelle strategie e nelle politiche di marketing a seguito dell’adozione da parte dell’impresa di una strategia digitale.

Dopo un richiamo dei concetti fondamentali del marketing e delle tendenze evolutive più attuali a livello internazionale, il corso si pone l’obiettivo di approfondire i presupposti e le condizioni di efficacia per l’attuazione di una strategia di content e digital marketing, fornendo agli studenti gli strumenti concettuali e operativi per la definizione di un piano di content e digital marketing e per la misurazione dei risultati conseguiti.

Al termine del corso gli studenti:

1. avranno compreso i concetti fondamentali di content e digital marketing;
2. avranno compreso le fasi del processo di content e digital marketing;
3. saranno in grado di valutare con autonomia di giudizio le diverse opzioni strategiche e le conseguenti politiche di content marketing;
4. saranno in grado di impostare e di presentare un piano di content marketing in relazione a una specifica problematica concreta che verrà proposta durante il corso.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

- I concetti fondamentali del marketing: relazione e valore

- La ridefinizione della strategia di marketing a seguito dell’introduzione delle tecnologie digitali: opportunità e minacce

* Il content e digital marketing: un nuovo approccio alla creazione di valore e allo sviluppo di relazioni
* Il content e digital marketing in ambito business-to-consumer e business-to-business
* Il processo di content e digital marketing
* Il piano di content e digital marketing
* Il content e digital marketing nell’esperienza italiana

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

R.P. Nelli, *Content marketing. Approcci e tendenze nell’esperienza italiana*, Vita & Pensiero, Milano 2016. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/roberto-p-nelli/content-marketing-approcci-e-tendenze-nellesperienza-italiana-9788834331460-235986.html)

Ulteriori letture di approfondimento, non obbligatorie, saranno suggerite durante il corso e rese disponibili sulla piattaforma Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

La didattica del corso si articola in lezioni teoriche, discussione di casi aziendali, testimonianze aziendali, svolgimento di un project work a gruppi con la collaborazione di un’azienda.

Il programma dettagliato del corso e tutti i materiali didattici utilizzati (slide del docente, letture, casi, ecc.) saranno resi disponibili sulla piattaforma Blackboard.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

I risultati dell’apprendimento sono accertati attraverso due diverse modalità d’esame tra cui lo studente può scegliere, in virtù del fatto che decida di partecipare attivamente alle lezioni e al project work previsto durante il corso, oppure che decida di prepararsi prevalentemente con lo studio individuale.

1. Per gli studenti che partecipano attivamente alle lezioni e alle attività didattiche integrative la verifica dell’apprendimento sarà basata:

- per il 50% sulla valutazione del project work realizzato e presentato anche all’azienda che ha formulato la problematica da affrontare; ai fini della valutazione del project work concorreranno l’aderenza rispetto alle richieste, la varietà e la profondità della proposta, l’originalità e l’applicabilità della proposta stessa;

- per il 50% sull’esito di una prova scritta a risposta aperta della durata di 45 minuti finalizzata a verificare l’acquisizione da parte dello studente dei concetti di fondo, della capacità di elaborazione critica e di connessione tra i contenuti proposti.

2. Per gli studenti che intendono privilegiare le modalità di studio individuale, l’esame è svolto in forma scritta e prevede tre ampie domande a risposta aperta della durata di 60 minuti, finalizzate a verificare l’acquisizione da parte dello studente dei concetti di fondo, della capacità di elaborazione critica e di connessione tra i contenuti proposti.

La valutazione finale del corso prevedere l’attribuzione di un voto in trentesimi.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Lo studente dovrà possedere conoscenze di base in relazione ai concetti di Marketing.

***ORARIO E LUOGO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI***

Gli orari di ricevimento sono disponibili on line nella pagina personale del docente, consultabile al sito <http://docenti.unicatt.it>.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)