

NOME DEL CORSO	FONDAMENTI DI MARKETING CULTURALE
TIPOLOGIA (indicare se il corso è obbligatorio oppure se si tratta di un'attività a libera scelta dello studente)	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Biennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2025/2026
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Semestrale
CREDITI	4
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Serena Bianchi
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	Fornire una panoramica completa dei principali social media e delle loro caratteristiche. Comprendere le dinamiche di marketing sui social media. Sviluppare competenze nella pianificazione e nell'implementazione di strategie di social media marketing. Esaminare casi di studio e best practice di successo. Gli studenti lavoreranno su un progetto di Social Media Marketing completo.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	Modulo 1 Introduzione al Social Media Marketing - Definizione e importanza del social media marketing - I dati globali riguardanti i principali social media: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, ecc. Modulo 2 Social Network: - Quali sono e quali scegliere - Focus on: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, Pinterest Modulo 3 Strategia - Il Piano Editoriale Social - Ricerca di mercato e analisi del pubblico di riferimento - Individuazione del target e delle personas - Obiettivi e KPIs - Scelta dei canali - Tone of voice - Content Strategy Modulo 4 Pianificazione e Creazione - Sviluppo di una Strategia di contenuto - Creazione di Contenuti Efficaci - Piattaforme e formati Modulo 5 Attività di monitoring - Monitoraggio organico e Insight Modulo 6 Social Media Management - Pianificazione e creazione del calendario editoriale Modulo 7 Community Management & Crisis Management - Gestione e moderazione dei commenti



	Modulo 8 Ottimizzazione dei profili e delle pagine aziendali - Focus on Facebook - Focus on Instagram Bio Strumenti e Risorse per il Social Media Marketing Modulo 9 Case History e Influencer Marketing - Analisi di casi di successo nel Social Media Marketing - Influencer Marketing Modulo 10 Laboratorio ed elaborazione progetti finale.
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	/
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	ESAME: Presentazione dei progetti - (Elaborazione del PED e Creazione del calendario editoriale) per un'azienda o un'organizzazione.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	CULTURAL MARKETING
TYPE	Mandatory
CYCLE	Master
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2025/2026
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Semestral
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	4
NAME OF LECTURER(S)	Serena Bianchi
LEARNING OUTCOMES	Provide a comprehensive overview of the main social media platforms and their features. Understand the dynamics of social media marketing. Develop skills in planning and implementing social media marketing strategies. Examine case studies and successful best practices. Students will work on a complete Social Media Marketing project
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	Module 1 Introduction to Social Media Marketing - Definition and importance of social media marketing - Global data on the main social media: Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, etc. Module 2 Social Networks: - What they are and which ones to choose - Focus on: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, Pinterest Module 3 Strategy - social media Editorial Plan - Market research and analysis of the target audience - Identification of target and personas - Objectives and KPIs - Choice of channels - Tone of voice - Content Strategy Module 4 Planning and Creation - Developing a Content Strategy - Creation of Content - Platforms and formats Module 5 Monitoring activities - Organic monitoring and Insights Module 6 Social Media Management - Planning and creation of the editorial calendar Module 7 Community Management & Crisis Management - Management and moderation of comments Module 8



	Optimization of profiles and business pages - Focus on Facebook - Focus on Instagram Bio - Tools and Resources for Social Media Marketing Module 9 Case History and Influencer Marketing - Analysis of successful cases in Social Media Marketing - Influencer Marketing Module 10 Workshop and final project development
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	/
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Presentation of projects - (Development of social media Editorial Plan and Creation of the editorial calendar) for a company or an organization.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

