

NOME DEL CORSO	NET MARKETING
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	2
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Camilla Marini
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	La co-creazione di valore non è un risultato ma un processo, in cui la relazione tra azienda e utente è al centro della progettualità e dell'esperienza finale del prodotto o servizio. Le dinamiche collaborative tra diversi attori sono particolarmente significative nel settore culturale (es. musei, parchi archeologici, archivi, teatri, cinema, festival...), in cui il cuore dell'offerta si basa sull'esperienza di un patrimonio condiviso. In questo contesto, il digitale e i Social Media rappresentano una grande opportunità di dialogo e di narrativa congiunta tra istituzioni e utenti, ampliando anche i confini dell'esperienza. Imparare ad attivare e gestire processi di co-creazione di valore, attraverso una comunicazione efficace, è fondamentale per costruire una relazione positiva e duratura con i propri utenti e per ampliare il proprio pubblico. Attraverso il corso, gli studenti svilupperanno competenze teoriche e pratiche legate alla co-creazione di valore, attraverso il digitale e i Social Media. Gli studenti saranno in grado di: - Comprendere e acquisire familiarità con i principali concetti, modelli e strumenti legati alla co-creazione di valore, con particolare riferimento all'ambito culturale. - Analizzare e valutare diverse strategie di cocreazione e presentare un'analisi critica delle stesse, attraverso un approccio sistemico e interdisciplinare. - Applicare le basi per la progettazione di processi di co-creazione, attraverso l'utilizzo del digitale e dei Social Media.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	Il corso approfondisce i principi e le metodologie della cocreazione di valore, con particolare attenzione al settore culturale e all'utilizzo del digitale e dei Social Media. Il programma del corso si articola in relazione ai seguenti punti: 1. Introduzione dei concetti principali legati alla cocreazione di valore e alla sua declinazione in ambito culturale. 2. Approfondimento delle dinamiche di co-creazione e dei principali modelli teorici su cui si basa.



	3. Analisi del ruolo del digitale e dei Social Media nei processi di co-creazione di valore. 4. Panoramica su strumenti e metodologie utili per lo sviluppo di pratiche di co-creazione. 5. Presentazione di casi studio significativi incentrati sulla co-creazione di valore cross settore. 6. Progettare la strategia di co-creazione attraverso l'utilizzo del digitale, in ambito culturale.
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	/
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	L'esame si svolgerà a piccoli gruppi e si baserà sulla discussione di una presentazione elaborata dal team, durante lo sviluppo del corso.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	NET 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	2
NAME OF LECTURER(S)	Camilla Marini
LEARNING OUTCOMES	Co-creation of value is not an outcome but a process in which the relationship between the company and the user is at the heart of the design and final experience of the product or service. The collaborative dynamic between different actors is particularly important in the cultural sector (e.g. museums, archaeological parks, archives, theatres, cinemas, festivals...), where the core of the offer is based on the experience of a shared heritage. In this context, digital and social media represent a great opportunity for dialogue and shared narratives between institutions and users, also extending the boundaries of the experience. Learning to activate and manage value co-creation processes through effective communication is fundamental to building a positive and lasting relationship with one's users and expanding one's audience. Throughout the course, students will develop theoretical and practical skills related to value co-creation through digital and social media. Students will be able to - Understand and become familiar with key concepts, models and tools related to value co-creation, with particular reference to the cultural sector. - Analyze and evaluate different co-creation strategies through a systemic and interdisciplinary approach. - Apply the principles of co-creation process design through the use of digital and social media.
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	The course explores the principles and methods of value co-creation with a focus on the cultural sector and the use of digital and social media. The course program develops across the following key points: 1. Introduction to the main concepts of value co-creation and its application in the cultural sector. 2. Deepening the study of the dynamics of co-creation and the main theoretical models on which it is based. 3. Analysis of the role of digital and social media in cocreation processes.



	4. Overview of useful tools and methodologies for the development of co-creation practices. 5. Presentation of significant case studies with a focus on cross-sector value co-creation. 6. Design of the co-creation strategy through the use of digital in the cultural sector.
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	/
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	The assessment will take place in small groups and will be based on the discussion of a presentation prepared by the team during and in parallel with the development of the course.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

