

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)	Annuale
CREDITI	4
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Dario Pagnoni
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	Fornire le conoscenze e le capacità d'azione necessarie per la pianificazione e la realizzazione di un piano di marketing digitale efficace. Il punto di vista proposto è quello del marketing manager: una particolare attenzione è posta ai concetti fondamentali del marketing contemporaneo, sostenuti da alcune basi di economia aziendale e strategia d'impresa applicate a strumenti e canali digitali.
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	Introduzione al digital marketing, Analisi del mercato nell'era digitale, Segmentazione del mercato, Introduzione a Meta Business Manager, Basi di digital marketing, L'evoluzione del SEO e la centralità del contenuto, Digital Ads e strategie di advertising online, Google Analytics e Data Studio, LinkedIn per le aziende, Google Ads, Facebook Ads - Creazione e gestione di campagne, TikTok Ads, Email marketing.
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	Marketing 6.0: il futuro è immersivo di Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Philip Kotler.
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	Elaborazione di un progetto finale consistente in un piano di digital marketing per un'azienda reale del territorio.
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	FONDAMENTI DI MARKETING CULTURALE
TYPE	Mandatory
CYCLE	Master
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2025/2026
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Annual
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	4
NAME OF LECTURER(S)	Dario Pagnoni
LEARNING OUTCOMES	Provide the knowledge and action skills necessary for the planning and implementation of an effective digital marketing campaign. The proposed point of view is that of the marketing manager: particular attention is paid to the fundamental concepts of contemporary marketing, supported by some bases of business economics and business strategy applied to digital tools and channels.
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	Introduction to digital marketing, Market analysis in the digital age, Market segmentation, Introduction to Meta Business Manager, Basics of digital marketing, The evolution of SEO and the centrality of content, Digital Ads and online advertising strategies, Google Analytics and Data Studio, LinkedIn for companies, Google Ads, Facebook Ads - Creation and management of campaigns, TikTok Ads, Email marketing.
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	Marketing 6.0: the future is immersive by Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Philip Kotler.
ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Elaboration of a final project consisting of a digital marketing plan for a real company in the area.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

