

# Scuola Superiore di Catania

## Corso di Laboratorio

### Digital Marketing Lab (DML)

**a.a.2015-2016**

Responsabile: dott. Simone Tornabene

SSC-Alumni Digital Marketing Lab (DML) è un programma formativo nato dalla collaborazione diretta fra AlumniSSC e la Scuola Superiore di Catania. Lo scopo del programma è il trasferimento di conoscenze relative al Digital Marketing ad un gruppo selezionato di allievi della SSC. La metodologia impiegata è prevalentemente *learning-by-doing*: gli allievi selezionati apprenderanno concetti e tecniche lavorando a progetti concreti che riguardano gli aspetti comunicativi della SSC. La didattica del progetto è affidata per intero all'Associazione Alumni. Per gli allievi che prenderanno parte al progetto, il DML soddisfa parte degli obblighi didattici previsti dalla SSC per il relativo anno di studi.

#### Obiettivo

Apprendimento dei principi e delle pratiche del Digital Marketing, con particolare focus su Social Media Marketing e Content Marketing.

#### Metodologia

- Learning by Doing (Project Work)
- 10 ore di lezioni frontali (Presenza Fisica)
- Tutoraggio sui progetti (Presenza Fisica e Virtuale)

#### Programma

- 1) Introduzione al Social Media e al Content Marketing
- 2) Content Management su piattaforme Social (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest, Google+)
- 3) Community Management su Piattaforme Social (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, Instagram, Pinterest, Blog, Forum, Google+)
- 4) Acquisizione traffico sul canale Search: SEO e SEM
- 5) Acquisizione traffico sul canale Social: Facebook, Twitter, LinkedIn
- 6) Web & Social Analytics
- 7) Trend Futuri: Tecnologia e Digital Marketing

## Piattaforme utilizzate

- Youtube Capture
- Google Adwords
- Google Webmaster Tools
- Google Analytics
- Facebook Ads Manager
- Twitter Analytics
- Facebook Business Center
- Google Business

## Ambiti dei progetti

- Creazione contenuti fotografici
- Creazione contenuti video
- Creazione contenuti testuali
- Gestione campagne di acquisizione traffico
- Gestione community online
- Analisi e ottimizzazione attività

## Lecture Consigliate

- Malcom Gladwell (2006), *Il Punto Critico* – Rizzoli
- Nir Eyal (2014), *Hooked: How to Build HabitForming Products* – Portfolio Hardcover
- Sean Ellis, Morgan Brown (2014), *Startup Growth Engines: Case Studies of How Today's Most Successful Startups Unlock Extraordinary Growth* – Amazon Digital Services
- Gabriel Weinberg, Justin Mares (2014), *Traction: A Startup Guide to Getting Customers* – Scurses Publishing
- Ben Horowitz (2014), *The Hard Thing About Hard Things: Building a Business When There Are No Easy Answers* – Harper Business
- Eric Ries (2013), *Partire leggeri. Il metodo Lean Startup: innovazione senza sprechi per nuovi business di successo* – Rizzoli Etas
- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2012), *Creare modelli di business. Un manuale pratico ed efficace per ispirare chi deve creare o innovare un modello di business* – FAG
- Timothy Clark, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2014), *Business model you. Il metodo in una pagina per reinventare la propria carriera* – FAG
- Martin Sykes, A. Nicklas Malyk, Mark D. West (2013), *Storytelling & visual design. «Storie che spostano le montagne». Progettare e realizzare presentazioni di successo* – FAG
- Clayton M. Christensen (2013), *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change)* – Harvard Business Review Press
- W. Chan Kim, Renée Maubourgne (2012) *Strategia Oceano Blu* – Etas
- Scott Branson (2012) *Making Ideas Happen: Overcoming the Obstacles Between Vision and Reality* – Portfolio Trade
- Robert B. Cialdini (2013) *Le armi della persuasione* – Giunti
- Chris Anderson (2009) *La Coda Lunga. Da un Mercato di Massa a una Massa di Mercati* – Codice Edizioni
- Chris Anderson (2010) *Gratis* – Rizzoli

- Lawrence Lessing (2007) *Cultura libera. Un equilibrio fra anarchia e controllo, contro l'estremismo della proprietà intellettuale* – Apogeo
- Andy Sernovitz (2011) *L'arte del passaparola* – Corbaccio
- Albert-László Barabási (2004) *Link. La scienza delle reti* – Einaudi
- Matteo Motterlini (2006) *Economia Emotiva* – Rizzoli
- John Maeda (2006) *Le Leggi della Semplicità* – Bruno Mondadori
- Idris Mootee (2013) *Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School* – Wiley
- Ellen Lupton, Jennifer Cole Phillips (2011) *Graphic Design Thinking (Design Briefs)* – Princeton Architectural Press
- Daniel Kahneman (2013) *Thinking Fast and Slow* – Farrar, Straus and Giroux
- Nassim Nicholas Taleb (2009) *Il Cigno Nero. Come l'improbabile governa la nostra vita* – Il Saggiatore
- Maya Beauvallet (2010) *Le Strategie Assurde* – Garzanti
- Kristina Halvorson, Melissa Rach (2012) *Content Strategy for the Web* – New Riders
- Harvard Business Review (2013) *HBR's 10 Must Reads on Communication*
- Harvard Business Review (2011) *HBR's 10 Must Reads on Strategy*
- Harvard Business Review (2010) *HBR'S 10 Must Reads: The Essentials*
- Harvard Business Review (2012) *HBR Guide to Persuasive Presentations*
- Harvard Business Review (2013) *HBR's 10 Must Reads on Strategic Marketing*
- Ryan Holiday (2014) *Credimi sono un bugiardo: confessioni di un manipolatore di media* – Hoepli
- Andrew Macarthy (2013) *500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More!* – CreateSpace Independent Publishing Platform
- Giorgio Taverniti (2013) *SEO Power* – Hoepli.