

## **Scuola Superiore di Catania**

Corso di Laboratorio

a.a. 2018-2019

### **Digital Marketing Lab**

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 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 lezione (Presenza Fisica)
- Tutoraggio sui progetti (Presenza Fisica e Virtuale)

#### Argomenti trattati

- Introduzione al Social Media Marketing e al Content Marketing
- Content Management su piattaforme Social Media (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube)
- Creazione di contenuti foto e video con piano editoriale per i Social Media
- Facebook e Instagram Advertising

Le lezioni si svolgeranno in forma sia teorica (slide e piattaforme presentate dal vivo) sia in forma pratica (ciascuno studente sarà responsabile di almeno una linea di contenuto: progettazione, produzione, pubblicazione)

#### 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

James G. Webster (2014) *The Marketplace of Attention. How Audiences Take Shape in a Digital Age* – The MIT Press

Eric Ries (2013), *Partire leggeri. Il metodo Lean Startup: innovazione senza sprechi per nuovi business di successo* – Rizzoli 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

Andy Sernovitz (2011) *L'arte del passaparola* – Corbaccio

Albert-László Barabási (2004) *Link. La scienza delle reti* – Einaudi

Daniel Kahneman (2013) *Thinking Fast and Slow* – Farrar, Straus and Giroux