

## **Scuola Superiore di Catania**

### **CORSO DI LABORATORIO a.a. 2017/2018**

#### **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)

#### **Responsabile della didattica:**

Simone Tornabene, Professore di Communication Strategy presso il Dipartimento di Marketing, Comportamenti, Comunicazione e Consumi dell'Università IULM  
(CV: <http://it.linkedin.com/in/mushin/>) – [simone@askwhy.it](mailto:simone@askwhy.it)

#### **Tutor:**

- Simone Tornabene
- Daniele Virgillito
- Matteo Orlando
- Silvana Calcagno
- Luca Naso
- Filippo Privitera

#### **Argomenti trattati**

- 1) Introduzione al Social Media Marketing e al Content Marketing
- 2) Content Management su piattaforme Social Media (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube)
- 3) Creazione di contenuti foto e video con piano editoriale per i Social Media
- 4) 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