



CORSO "WEB MARKETING & COMMUNICATION" - IV EDIZIONE

Roma,  
Università  
Tor Vergata  
Economia  
via Columbia 2

17 marzo  
8 aprile 2016

Giovedì  
17 marzo 2016  
h 11.30 - 17.30  
Sala Scacchi  
Edificio B  
I piano

Venerdì  
18 marzo 2016  
h 10.30 - 17.30  
Sala Scacchi  
Edificio B  
I piano

Giovedì  
7 aprile 2016  
h 10.30 - 16.30  
Aula Tesi  
Edificio A  
piano terra

Venerdì  
8 aprile 2016  
h 10.30 - 17.30  
Aula Tesi  
Edificio A  
piano terra

Corso Web Marketing & Communication

Il Corso "Web Marketing & Communication" - giunto alla quarta edizione - ha la finalità di consentire ai partecipanti di acquisire gli strumenti e le competenze utili per elaborare e sviluppare operativamente strategie che garantiscano ai Brand una presenza online dinamica, informativa ed *engaging*, in linea con le più attuali tendenze del marketing e della comunicazione digitale. È prevista l'analisi approfondita di *case history* aziendali attraverso la partecipazione di direttori/responsabili di strutture di marketing e comunicazione.

Destinatari del Corso sono i professionisti in cerca di approfondimenti e aggiornamento nella comunicazione e nel marketing, manager aziendali, consulenti, studenti di marketing e comunicazione, membri di associazioni, startupper. Si tratta di 4 incontri, che possono essere frequentati anche autonomamente, per 25 ore complessive.

NUOVE VISIONI DIGITALI PER NUOVI MERCATI

11.30-12.30 Web marketing e web communication nel passaggio fra marketing tradizionale e marketing innovativo

Simonetta Pattuglia, Docente di Marketing e Comunicazione, Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università di Roma Tor Vergata

12.30-13.30 Come e perché consuma il "cliente digitale"?

Cristina Cenci, Senior Partner Eikon Strategic Consulting Italia

13.30-14.30 Lunch libero

14.30-16.00 Case Study Sanofi

Daniela Poggio, Direttore Comunicazione Italia e Malta

16.00-17.30 La comunicazione della quotazione - Case Study Poste italiane

Paolo Iammatteo, Dirigente Responsabile Comunicazione

IL MONITORAGGIO DEI MEDIA A SUPPORTO DELLE DECISIONI AZIENDALI

10.30-12.00 L'ascolto: il monitoraggio del web al servizio del marketing analitico. Metodologie quantitative e qualitative

Paola Aragno, Senior Partner Eikon Strategic Consulting Italia

12.00-13.00 Case Study Vodafone Italia

Silvia Cafagna, Head of Social Media

13.00-14.00 Lunch libero

14.00-15.00 I monitoraggi a supporto delle decisioni aziendali - Case Study ENEL

Andrea Falessi, Direttore Comunicazione Italia

15.00-16.00 Brand analysis: una trama di connessioni - Case Study Telecom Italia - TIM

Gaia Spinella, Head of Brand Analysis & Monitoring

16.00-17.30 Big Data, nuove analisi, nuovo business - Case Study IBM

Walter Aglietti, Big Data Leader Italy

GLI ANALYTICS

10.30-12.30 SEO e SEM: fare marketing sui motori di ricerca

Andrea Serravezza, Managing Partner & Head of Media, BizUP

12.30-14.00 Gli analytics e i Social media/networks

Emanuele Mazzi, Product Manager BlogMeter

14.00-14.30 Lunch libero

14.30-16.30 Lo Storytelling e il potere del contenuto

Alessandro Dattilo, Giornalista e Storyteller

LINGUAGGI INNOVATIVI. DALLA PUBBLICITA' ALLO STORYTELLING

10.30-12.00 La "new communication"

Marco Massarotto, Founder at DOING

12.00-13.30 I nuovi linguaggi fra adv e unconventional. La strategia e la campagna #tastethefeeling - Case study Coca-Cola

Vittorio Cino, Direttore Comunicazione e Relazioni Istituzionali Italia

13.30-14.30 Lunch libero

14.30-15.30 Storytelling in banca. Sviluppo generativo e promozione di valori - Case Study ABI

Alessandro Malinverno, Direttore Operativo presso ABIServizi

15.30-16.30 Gestire la crisi. Il caso Report - Case Study ENI

Daniele Chieffi, Head of Web Media Relations, Social Media management and Reputation Monitoring

16.30-17.30 CRM e fast moving consumer goods - Case Study Carrefour Italia

Vincenzo Manzella, Head of Loyalty

Corso aperto anche ad Iscritti esterni al Master

Info: Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media

Segreteria Organizzativa Email: amoroso@economia.uniroma2.it - Tel. 06-7259.5522-5510

Costo per Iscritti esterni: 900 euro

Per i Soci Professionisti Ferpi in corso di qualificazione e nuovi iscritti: gratuito (sino a 200 crediti max)

Per i Soci Professionisti Ferpi già qualificati: 600 euro

Altre Convenzioni, studenti e neolaureati di Economia, dei suoi Dipartimenti e dei Master: Iscrizione 50%