



Seminario Web Marketing & Communication

Venerdì
 22 marzo 2013

9:00-10:00

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

Introduzione al Seminario: Marketing tradizionale, Marketing innovativo, Web marketing, Web Communication. Attualità e prospettive.

10:00-12:00

Cristina Cenci, Senior Consultant - Eikon Strategic Consulting

La specificità del WEB: non un nuovo strumento di comunicazione e marketing ma un nuovo campo sociale di interazione, costruzione di valore e condivisione di saperi, stili di vita e simboli. Come si formano il gusto e le mode al tempo del web? Come e perché consuma il "cliente digitale"?

12:00-13:30

Federico Fabretti, Direttore Centrale Media - Ferrovie dello Stato

Case Study - La direzione comunicazione nell'era digitale: cosa è cambiato?

14:00-15:30

Andrea Beloni, Head of Digital Communications, Events and Sponsorship - Vodafone IT

Case Study - La comunicazione mass market ai tempi dei social: come fare di una campagna di advertising un fenomeno di costume.

Venerdì
 5 aprile 2013

9:00-14:00

Nicola Mattina, CEO - Elastic

Qual è il marketing mix del digitale (search engine marketing, content creation, siti e luoghi aziendali), pronline, digital advertising.

Giovedì
 11 aprile 2013

14:00-16:00

Paola Aragno, Senior Consultant, Eikon Strategic Consulting

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

16:00-17:30

Raffaele Cirullo, Responsabile Internal & External Media, Enel

Case Study - Ascoltare e dialogare con la rete: la gestione della reputation on-line.

17:30-19:00

Daniele Chieffi, Giornalista, Online Media relations manager

Case study - PR online, le conversazioni possono essere notizie, le notizie sono sempre conversazioni.

Giovedì
 18 aprile 2013

9:00-14:00 Vincenzo Cosenza, Social Media Strategist e responsabile sede romana di Blogmeter

Come usare e interpretare i digital analytics. Qual è il ROI di una campagna nei social media? Esercitazione.

Giovedì
 9 maggio 2013

9:00-11:00

Paola Aragno e Cristina Cenci, Senior Consultant - Eikon Strategic Consulting

Lo storytelling e il passaparola: la comunicazione e il marketing collaborativi.

11:00-12:00

Loredana Grimaldi, Head of Corporate Identity, Ricerche e Digital Communication - Telecom Italia

Case study - Futura Francesca: il primo grande esperimento di social advertising in Italia.

12:00-13:00

Simone Foggiano, Head of MEC ACCESS

Case study - Il lancio della nuova linea cosmetica Viviverde Coop sostenuto dal passaparola spontaneo dei consumatori della community ZZUB.it

Seminario aperto agli Studenti del Master-XI Edizione e a iscritti esterni.

Info e costi: Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media
 murredda@economia.uniroma2.it tel. 06-7259.5522-5510