



CORSO "WEB MARKETING & COMMUNICATION" - III EDIZIONE

Roma,
Università
Tor Vergata
Economia
via Columbia 2

26 marzo
16 aprile 2015

Giovedì
26 marzo 2015
h 11.30 - 17.30
Sala Scacchi,
I p, edificio B

Venerdì
27 marzo 2015
h 10.00 - 17.30
Sala Scacchi,
I p, edificio B

Giovedì,
9 aprile 2015
h 10.00 - 14.00
Sala Scacchi,
I p, edificio B

Venerdì
10 aprile 2015
h 10.00 - 14.00
Sala Scacchi,
I p, edificio B

Giovedì
16 aprile 2015
h 10.30 - 16.30
Sala Scacchi,
I p, edificio B

Corso Web Marketing & Communication

Il Corso "Web Marketing & Communication" - giunto alla terza 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 5 incontri, che possono essere frequentati autonomamente, per 25 ore complessive.

MARKETING TRADIZIONALE, MARKETING INNOVATIVO, WEB MARKETING, WEB COMMUNICATION. ATTUALITA' E PROSPETTIVE

11.30-12.00 Introduzione al Corso: 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 - Presidente Commissione Aggiornamento e Specializzazione Professionale (CASP) di Ferpi

12.00-13.30 Come e perché consuma il "cliente digitale"? **Cristina Cenci**, Partner Eikon Strategic Consulting Italia

14.30-16.00 Case Study Vodafone Italia - La comunicazione online con la clientela nell'era digitale **Silvia Cafagna**, Head of Online Operations

16.00-17.30 Case Study Sanofi Italia - Il digital storytelling di #5azioni e la sua "ossessione": l'ascolto **Sanofi sui social media: dal progetto di coinvolgimento delle community di persone con diabete alle nuove sfide della social health**

Giampaolo Colletti, Digital Communication Manager

ASCOLTO, AZIONE E MISURAZIONE. PR ONLINE, DIGITAL ADVERTISING

10.00-12.00 L'ascolto: il monitoraggio del web al servizio del marketing analitico. Metodologie quantitative e qualitative

Paola Aragno, Partner Eikon Strategic Consulting Italia
12.00-13.30 Case Study Telecom Italia - Social Communication in Telecom Italia. From Big to Intelligent Data.
Mariano Tredicini, Brand Strategy & Media - Social Commu-

nication & Web Analysis

14.30-16.00 Case Study MSD Italia - Gli analytics nel marketing dei servizi digitali

Ilaria Catalano, Executive Director Business Operations & Strategy

16.00-17.30 Case Study ENI Spa - PR online, le conversazioni possono essere notizie, le notizie sono sempre conversazioni

Daniele Chieffi, Web Media relations Manager

QUAL E' IL MARKETING MIX DEL DIGITALE (SEARCH ENGINE MARKETING, CONTENT CREATION, SITI E LUOGHI AZIENDALI)

10.00-12.00 Potere del contenuto: addio siti vetrina, via libera a social network e Corporate Storytelling Magazine

Alessandro Dattilo, Giornalista e Storyteller

12.00-14.00 SEO e SEM: fare marketing sui motori di ricerca

Andrea Serravezza, Managing Partner & Head of Media, BizUP

SOCIAL MEDIA ROI

10.00-12.00 Come usare e interpretare i digital analytics **Emanuele Mazzi**, Product Manager BlogMeter

12.00-14.00 Qual è il ROI di una campagna nei social media?

Case Study Médecins Sans Frontières

Luca Visone, Head of Web and New Media Italy

LO STORYTELLING. NUOVO LINGUAGGIO, NUOVA PIATTAFORMA RELAZIONALE

10.30-11.30 Story Mastering - Come le storie danno forma alla realtà (prima parte)

Francesco Dimitri, Scrittore e Storyteller

11.30-13.00 Case study Coca-Cola - Lo storytelling nel "journey"

Vittorio Cino, Public Affairs & Communications Director Italy

14.00-15.30 Case Study FASTWEB - Lo storytelling come strumento di comunicazione interna

Luciana De Laurentiis, Internal Communication Manager

15.30-16.30 Story Mastering - Come le storie danno forma alla realtà (seconda parte)

Francesco Dimitri, Scrittore e Storyteller

Corso aperto anche ad Iscritti esterni

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

Segreteria Organizzativa Email: murredda@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 ed ex studenti di Economia, dei suoi Dipartimenti e dei Master: Iscrizione 50%

*Le diciture "in corso di qualificazione" e "qualificati" sono state sostituite alle diciture "in corso di accreditamento" e "accreditati", come da richiesta del Ministero dello Sviluppo Economico