



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI  
DI NAPOLI FEDERICO II



**EDIZIONE 2021**

## **Programma Corso**

- **LEZIONE 1 – Martedì 13 aprile 2021 ore 9-13**

### **CRISTINA MELE / TIZIANA RUSSO SPENA - DIGITAL TRANSFORMATION**

*Prof.sse - Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli.*  
Fondamenti di marketing e digital mktg. L'offerta come proposizione di valore. Mercato e attori del mercato. Analisi della concorrenza. Le tecnologie digitali e le evoluzioni del marketing.

- **LEZIONE 2 - Venerdì 16 aprile 2020 ore 9-13**

### **CRISTINA MELE - MARKETING**

*Prof.ssa - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Coordinatore del dottorato in Management. Co-chair del Naples Forum on Service.*

Fondamenti di marketing e digital marketing. L'offerta come proposizione di valore. Mercato e attori del mercato. Analisi della concorrenza. Le tecnologie digitali e le evoluzioni del marketing.

**ESERCITAZIONE:** Lo sviluppo del piano di marketing digitale - **APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE**

- **LEZIONE 3 - Martedì 20 aprile 2021 ore 9-13**

### **MARCO TREGUA - CUSTOMER EXPERIENCE**

*Prof. - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.*

Comportamento di acquisto del consumatore e creazione di valore. Soddisfazione del cliente, fiducia e fedeltà. Customer experience management. Customer engagement. Tecniche di customer engagement.

ESERCITAZIONE: indagine etnografica e netnografica Dell'esperienza - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 4 – Venerdì 23 aprile 2021 ore 9-13**

### **TIZIANA RUSSO SPENA - CUSTOMER JOURNEY**

*Prof.ssa - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Membro del Comitato Direttivo della società scientifica ReSER-European Research Network on Services e del consiglio di amministrazione centro di Ateneo per l'innovazione e lo sviluppo dell'industria Agroalimentare dell'Università degli studi di Napoli Federico II.*

Customer journey. Microtargeting e micromoments. Customer journey mapping. Definire la Personas. Customer journey metrics.

ESERCITAZIONE: buyer persona e customer journey - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA-TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 5 – Martedì 27 aprile 2021 ore 9-13**

### **MARCO PALMIERI - SOCIAL MEDIA MANAGEMENT**

*Contr. Prof. - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II | Business Strategies | Marketing | Digital Advertising*

Differenza tra Social, MDR e Directory. Il ruolo del SMM. Le funzioni aziendali, capacità relazionali. Creare e gestire un team di lavoro in ambito Social. Real Time Marketing. Obiettivi e funzioni del sito aziendale. Le piattaforme: Facebook, Instagram e Twitter, LinkedIn, YouTube a servizio del brand. Copertura organica e advertising. Perché scegliere Facebook Ads e/o Google Ads. Analisi e studio della concorrenza e il loro posizionamento digital. Google My Business per il local business. TripAdvisor. Etc.

ESERCITAZIONE: "Ogni esigenza ha la sua naturale soluzione". Come stabilire il prezzo di un prodotto/servizio - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 6 – Venerdì 30 aprile 2021 ore 9-13**

### **MICHAEL VITTORI - FACEBOOK TARGETING & CUSTOMER AUDIENCE**

*Dott. - Formatore ed esperto in Digital Advertising | Speaker nei migliori eventi di digital marketing*  
Come funziona l'asta di Facebook Ads. Introduzione al Business Manager. Come strutturare una campagna. Scelta degli obiettivi in base alla strategia aziendale e al piano di marketing. L'importanza della scelta del target di pubblico. Diversificazione dei pubblici in base agli obiettivi. Creazioni di pubblico personalizzati e simili in target. Diversificazione dei budget nelle campagne. Strategia d'offerta automatica o manuale in funzione della campagna. Test A/B delle campagne, creazione e monitoraggio. Lettura dei Kpi statistici e individuazione delle performance migliori.  
ESERCITAZIONE: Come creare un pubblico / target e una campagna pubblicitaria -  
APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 7 – Martedì 4 maggio 2021 ore 9-13**

### **LORENZO TOMBARI - FACEBOOK FUNNEL**

*Dott. - Digital Strategist | Managing Partner and Head of Strategy in Loop srl*  
Novità Facebook 2021. Cos'è e come funziona un funnel di conversione. Concetto di Targeting. Accenni su pixel e tracking. Facebook Analytics. Facebook Reporting. Come creare una campagna da zero per un ecommerce. Come creare una campagna di lead generation su Facebook.

### **FRANCESCO AGOSTINIS - FACEBOOK FUNNEL**

*Dott. - Co-Founder @ LOOP srl | Facebook ads Expert | Keynote Speaker | Top 5 Semrush Web Marketing Influencers in Italy*  
Come creare creatività. Creatività dinamiche. Come utilizzare gli strumenti interni a Facebook (Audience Insights e analisi dei dati). CBO e ottimizzazioni (accenni). Pubblici e saturazione. Come creare una campagna da zero per un'azienda locale.  
ESERCITAZIONE Esercitazione impostazione strategia di adv - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 8 – Venerdì 7 maggio 2021 ore 9-13**

### **ALESSANDRO GARGIULO - ECOMMERCE**

*Consulente Facebook Ads e Instagram Ads per e-commerce | Esperto di advertising strategico*  
AI e Machine Learning di Facebook: come funziona l'algoritmo a livello di advertising. Analisi del processo di acquisto all'interno di un ecommerce. Domanda latente e consapevole nelle fasi del processo di acquisto del consumatore in base ai diversi livelli di esigenze. Misurazione delle KPI delle micro-conversioni durante le fasi di acquisto. La "strategia invisibile" per il riacquisto, esperienza post acquisto. Introduzione a marketing automation e la Time Value dell'Ecommerce  
ESERCITAZIONE: strutturare un funnel Ads - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 9 – Martedì 11 maggio 2021 ore 9-13**

### **VALERIO CELLETTI - GOOGLE ADS**

*Dott. - Consulente e Formatore Google Ads | Google Premier Partner Top 3%*

Google ads e adsense. Funzioni e vantaggi, Funzioni e vantaggi .Campagne ADS, tipologie e obiettivi in linea con il piano di MKTG. Policy redazionali. Account Google ADS, gestori. Ramificazione Account: Campagne, gruppi di annunci, annunci, Adset campagna. Pianificazione budget e keyword. Strategia di offerta. KPI e metriche. Quality score e funzionamento dell'asta. Pagine destinazione. Tipi di corrispondenza parole chiave. Estensioni Annuncio: Estensioni di Chiamata, Callout, Località, Sitelink, Snippet Strutturati. Creazione campagna search. Landing. Page per Google Ads. Reportistiche. Casi Studio.

ESERCITAZIONE: Keyword Research in pratica: dal progetto alla campagna -  
APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 10 - Venerdì 14 maggio 2021 ore 9-13**

### **MARCO SEPERTINO - YOUTUBE ADS**

*Dott. - Consulente | Formatore e imprenditore | Esperto Google Ads e YouTube Ads*

Introduzione/Presentazioni. Perché Youtube Ads. Tipologie e Obiettivi Campagne. Tipologie di Ads possibili. Impostazioni campagna Lead Gen | In Stream. Gruppi di annunci (Target). Creazione Ads (annunci video). Struttura di una video Ads. KPI fondamentali. Specifiche sul target Cold, Warm e Hot.

ESERCITAZIONE: GUIDA PRATICA PER LA TUA PRIMA CAMPAGNA SU YT. Crea la tua campagna e seleziona l'obiettivo più funzionale per i tuoi obiettivi. Impostazioni specifiche per la tua campagna. Crea il tuo gruppo di annunci (Intenzione di ricerca). Crea velocemente un duplicato di un gruppo di annunci (Segmenti di Pubblico) . Crea il tuo annuncio video. Inserisci le tue colonne personalizzate. Scrivi una strategia per il retargeting

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

### **FEDERICO DAL POZZO - YOUTUBE ADS**

*Dott. - Startups & VCs Business Growth | Google | Startup founder. Esperto Google Ads e YouTube Ads*

### **LUCA ROMANO - YOUTUBE ADS**

*Dott. - Key Account Manager presso Google*

- **LEZIONE 11 – Martedì 18 maggio 2020 ore 9-13**

### **YARI BRUGNONI - INSTAGRAM**

*Dott. Ing. - Co Founder Ninjalitics*

Instagram, profilo privato e aziendale. Uso dei diversi format. Gli hashtag e il loro uso. Tecniche per migliorare e aumentare l'engagement. Le problematiche più comuni. Analisi delle metriche insight, l'algoritmo e i suoi cambiamenti. Tool di analisi, monitoraggio delle kpi. Cenni su l'Influencer marketing, individuazione di potenziali partner, analisi dei profili. Attività di crescita anomale, come riconoscerle, vantaggi e svantaggi. Reportistica. Differenze tra gli altri social network e Instagram.

ESERCITAZIONE (account demo Ninjalitics) Come migliorare il proprio profilo Instagram + analisi concorrenti - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 12 – Venerdì 21 maggio 2021 ore 9-13**

**ANGELO RANIERI - CHATBOT**

*PhD - Practitioners Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.*

Sistemi di comunicazione e marketing automation. Introduzione all'Intelligenza Artificiale e relativi utilizzi (es. NLP, ASR, ecc.). Vantaggi e svantaggi delle tecnologie AI. Introduzione ai Chatbot. Possibilità di utilizzo (es. Pre-vendita, Post-vendita, helpdesk) e applicazioni pratiche (es. E-commerce, Turismo, Finance, Food, ecc.). Marketing automation attraverso i chatbot. Le maggiori piattaforme di Chatbot. Modalità di costruzione di un chatbot.

ESERCITAZIONE (account demo Userbot) Realizzazione di un chatbot in aula -  
APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 13 – Martedì 25 maggio 2021 ore 9-11 e 11-13**

**MARIA LUISA MARZULLO - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT CRM**

*PhD - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.*

CRM: introduzione, Le origini del CRM, L'evoluzione del CRM: connectedCRM, Il social CRM. CRM: nuovi strumenti di ascolto, Mercati e passaparola, Consumatori e mondo connesso, CRM e tecnologie digitali. Avvio alla parte pratica: Le misurazioni del CRM. Parte applicativa: Applicazioni sul social CRM

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA

**ADRIANA CAROTENUTO - BLOCKCHAIN**

*PhD - Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II | Business Analyst presso Nexen SpA*

Introduzione al fenomeno blockchain; Elementi caratterizzanti, Bblockchain e social media marketing; Definizione di un modello per identificare la necessità di una soluzione Blockchain; tokenizzazione e smart contract; sicurezza e tracciabilità dei dati per il social media marketing; BC e pagamenti digitali a supporto dello shopping on line; Opportunità e sfide.

- **LEZIONE 14 – Venerdì 28 maggio 2021 ore 9-13**

**ALESSANDRO GRECO - BRAND POSITIONING**

*Dott. - Head of Marketing & Growth | TEDx Speaker | Brand Positioning Expert | Senior Copywriter & Scrittore*

Le origini del Brand Positioning. Le tre ere del marketing. La leggenda della qualità. Il Brand Name. Il logo. Il Timing. L'importanza del Focus. Come non fare positioning. Come fare Positioning. Il linguaggio macchina del positioning: Il Copywriting. Il Copy "a risposta diretta". Lo storytelling. I social media. Il ruolo delle immagini

## ESERCITAZIONE: Come costruire un brand - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 15 – Martedì 1 giugno 2021 ore 9-13**

### **FABRIZIO PERRONE - INFLUENCER MARKETING - NUOVI TREND SOCIAL MEDIA**

*Dott. - Founder Buzzoole. Co-Founder 2WATCH. Angel Investor. 20Forbes Italia Innovator. Fortune 40 under 40.*

Cosa è l'Influencer marketing. Vantaggi e svantaggi. Come misurare le performance di un Influencer. Diversi livelli di Strumenti di analisi digital. Tool usati per la valutazione delle metriche. Guida alla scelta del tool idoneo. Influencer marketing. Nuovi trend social media: Piattaforme Streaming. Twitch. Esports. **ESERCITAZIONE (account demo Buzzoole) - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE**

- **LEZIONE 16 – Venerdì 4 giugno 2021 ore 9-13**

### **ANNA VITIELLO - BRANDED CONTENT & ENTERTAINMENT**

*Dr.ssa - Chief Experience Officer Omnicom MediaGroup | OBE Academy Director | Head of OBE Insight Hub*

Branded content & Entertainment. Comunicare la marca oggi. Dal ruolo, alla tassonomia, all'efficacia: l'importanza del BC&E come leva di comunicazione strategica. Il modello di misurazione del BC&E video digitale. Tool di analisi a integrazione degli insight. **ESERCITAZIONE - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE**

- **LEZIONE 17 – Martedì 8 giugno 2021 ore 9-13**

### **MATTEO FLORA - BRAND REPUTATION**

*Dott. - Professore (ac) in Corporate Reputation & Storytelling. Imprenditore (@TheFool, @LT42, @42LawFirm). Autore e Comunicatore. #IVLP. » Esperto in Reputazione & Data-Driven Strategies*

**ESERCITAZIONE - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE**

- **LEZIONE 18 – Venerdì 11 giugno 2021 ore 9-11 e 11-13**

### **TESTIMONIANZE - CONTENT CREATOR**

#### **LUCA PERSICHETTI:**

dott - Marketing Manager Casa Surace (3,4 mln di follower) Briefing con il cliente, creazione dell'idea, storyboard, pubblicazione dei content, diffusione. Casi studio.

### **CARLO CUOMO:**

*Co-Founder di NapoliFoodPorn (2 mln follower). Art Director & Content Creator. Come creare il content efficace. Analisi e studio del content migliore. Importanza del ruolo di un content creator. Anticipare le tendenze.*

- **LEZIONE 19 – Martedì 15 giugno 2021 ore 9-11 e 11-13**

### **TESTIMONIANZE - CONTENT CREATOR**

#### **LORENZO FRANCO.**

*Dott.- Foto & Video Maker: Hugo Boss, Calvin Klain, Sunsluk, Avon, L'Oreal, Volvo, Vans, Pink, Falconeri, Timberland, Ferrarelle - Come creare contenuti, esempi settori: food, travel, fashion, servizi etc.. Briefing con il cliente. Creazione content audiovisivi. Scelta del format efficace. Awareness, analisi dei casi studio. Storytelling efficace.*

#### **MARCELLA MANTOVANI:**

*Dott.ssa- Co-Founder Gelatosità Napoli e Mantovani 1946 Canada. Consigliere Regionale Direttivo F.I.P.E. Confcommercio. Il ruolo della strategia digital per aziende local. Importanza del content marketing. Differenziazione dai competitor. Perché devono acquistare da me. Lo storytelling. Perché è importante se ti copiano? Importanza della gestione delle metriche. E-commerce. Anestetizzare la parte razionale nella fase di acquisto.*

- **LEZIONE 20 – Venerdì 18 giugno 2021 ore 9-11 e 11-13**

### **TESTIMONIANZE - CONTENT CREATOR**

#### **VINCENZO PISCOPO:**

*Dott. Marketing Manager The JackaL. Direttore Studios Ciaopeople. Creazione, distribuzione e misurazione di contenuti editoriali per The JackaL e Fanpage.it. Briefing con il cliente, creazione dell'idea, storyboard, pubblicazione dei content, diffusione. Casi studio*

#### **GERMANO MILITE:**

*CEO presso INSEM Spa. Giornalista. Imprenditore. Introduzione sul percorso professionale. Evoluzione della comunicazione online: da prateria senza regole a mercato maturo. Fact checking su professionisti ed aziende: perché è cruciale. Identikit del "fake guru": chi sono e come riconoscerli. Esempi di comunicazione fuorviante. Le 10 red flag nel copy e non solo. Il sistema di "autoposizionamento". La strategia di "difesa". Le armi (improprie) della manipolazione mentale. Come comunicare e promuoversi. La "zona grigia": oltre i fake guru plateali. Riconoscere i giusti professionisti.*

- **LEZIONE 21 – Martedì 22 giugno 2021 ore 9-13**



## **ADRIANO LA VOPA - DECISION MAKING IN AMBIENTE DIGITALE**

*Dott. - Innovation Management. Strategic Innovation. Open Innovation. Innovation Design. LEGO® SERIOUS PLAY®. Gamification.*

Innovazione trasversale. Metodologie per l'innovazione strategica. Gestire situazioni complesse. Processi decisionali. Framework Cynefin.

ESERCITAZIONE: Workshop con strumenti di decision making - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 22 – Venerdì 25 giugno 2021 ore 9-12 e 12-13**

## **IVANO DI BIASI - PRINCIPI DI SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)**

*Dott. - CEO & Project Manager presso SEO Zoom*

Le basi della SEO per comunicare correttamente con i motori di ricerca. Quando SEO e Social si incontrano. Come pianificare una strategia SEO che aumenti il rendimento delle attività Social.

ESERCITAZIONE: (Account Demo SEO Zoom) live come intervenire sulle pagine web e come utilizzare gli strumenti per aumentare il potenziale delle nostre pagine web - APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

## **MARCO PALMIERI - ESERCITAZIONE "REVIEWS & COMMENT"**

*Contr. Prof. Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II. Business Strategies, Marketing & Digital Advertising*

- **LEZIONE 23 – Martedì 29 giugno 2021 ore 9-13**

## **MARCO PALMIERI - PROJECT WORK**

*Contr. Prof. Management presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II | Business Strategies | Marketing & Digital Advertising*

Linee guida su come impostare il project work. Ogni corsista dovrà preparare un workshop (pdf) sviluppato in linea con gli argomenti trattati nel corso: Scelta settore merceologico e del servizio/prodotto, Sito (shop), Landing page, Instagram, Google, Google My Business (se previsto), tripadvisor (se previsto), Google Analytic, Twitter. Creazione del content. Stesura Obiettivi aziendali. Piano editoriale e piano di marketing. Individuazione budget, allocazione e diversificazione. Creazione campagne di adv e del funnel. Monitoraggio, scelta e misurazione delle kpi.

- **LEZIONE 24 – Venerdì 2 luglio 2021 ore 9-11 e 11-13**

## **PAOLO CANONICO - TEAM BUILDING**

*Prof. - Organizzazione aziendale presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.*

Il gruppo di lavoro. I ruoli nel gruppo. Esercitazione sul team building.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE



## **DANIELA CORSARO - SALES TRANSFORMATION**

*Prof.ssa - Marketing presso l'Università IULM di Milano*

Comprendere le determinanti della sales transformation. Il modello di gestione dei processi di trasformazione. I pilastri della sales transformation: Persone e Tecnologia. I processi d'Integrazione e di accelerazione del cambiamento. L'impatto sulla performance.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

- **LEZIONE 25 – Martedì 6 luglio 2021 ore 9-11 e 11-13**

## **ROBERTA MARINO - LEGAL WEB: REPUTAZIONE DIGITALE D'IMPRESA**

*Prof.ssa - Diritto Privato, presso il Dipartimento di Economia, Management, Istituzioni dell'Università degli Studi di Napoli Federico II.*

Recensioni 'diffamatorie' in rete e lesione della reputazione digitale d'impresa. Funzionamento e policies del portale nel contesto dei c.d. reputation systems. Responsabilità dell'autore della recensione, anonimato e libertà di espressione. (Segue). Recensioni false, concorrenza sleale e pratiche commerciali scorrette. Il caso TripAdvisor e la responsabilità degli ISP. Hosting provider « passivo » e hosting provider « attivo ». Le prospettive della legislazione Europea.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

## **VINCENZA FARACO - SOCIAL GREEN**

*Prof.ssa - Chimica e Biotecnologie delle Fermentazioni presso il Dipartimento di Scienze Chimiche Università degli Studi di Napoli Federico II. Responsabile scientifico dell'area di ricerca e servizi ECIRCULAR. Presidente associazione Ciak si Scienza*

Sviluppo sostenibile. UN Sustainable Development Goals. Economia circolare. Approccio delle 3R. Politica di decarbonizzazione dell'UE. Green Deal.

APPROFONDIMENTO LINKOGRAFIA - TEST FINALE DI AUTOVALUTAZIONE

[www.lupt.ite](http://www.lupt.ite)

[www.sitireali.it](http://www.sitireali.it)

[www.socialmediamarketing-digitalengagement.com](http://www.socialmediamarketing-digitalengagement.com)

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI "FEDERICO II"

Centro Interdipartimentale di Ricerca L.U.P.T. - Via Toledo 402, 80100 Napoli