



Programma Corso

- **LEZIONE 1 – Giovedì 21 maggio 2020 ore 10-13**

CRISTINA MELE - MARKETING

Prof.ssa 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 22 maggio 2020 ore 10-13**

MARCO TREGUA - CUSTOMER EXPERIENCE

PhD Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli
Comportamento di acquisto del consumatore e creazione di valore. Soddisfazione del cliente, fiducia e fedeltà. Customer experience management. Customer engagement. Tecniche di customer engagement.

- **LEZIONE 3 – Giovedì 28 maggio 2020 ore 10-13**

TIZIANA RUSSO SPENA - CUSTOMER JOURNEY

Prof.ssa Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli
Customer journey. Microtargeting e micromoments. Customer journey mapping. Definire la Personas. Customer journey metrics.



● **LEZIONE 4 – Venerdì 29 maggio 2020 ore 10-13**

MARCO PALMIERI - SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Contr. Prof. Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli. 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.

● **LEZIONE 5 – Giovedì 4 giugno 2020 ore 10-13**

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. 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.

● **LEZIONE 6 – Venerdì 5 giugno 2020 ore 10-13**

FRANCESCO AGOSTINIS - FACEBOOK FUNNEL

Dott. - Co Founder di Loop Srl. Facebook Ads expert

Cos'è e come funziona un funnel di conversione. Concetto di Targeting. Come creare creatività. Accenni su pixel e tracking. 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. Come creare una campagna da zero per un e-commerce. Come creare una campagna di Lead generation su Facebook. Come scalare una campagna nel tempo. Esempi pratici e casi studio.



● **LEZIONE 7 – Giovedì 11 giugno 2020 ore 10-13**

ALESSANDRO GARGIULO - ECOMMERCE

Consulente Marketing per Ecommerce ed esperto di Advertising Strategico

Funnel e analisi del percorso 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. Marketing Automation. Come l’AI aiuta il Life Time Value dell’Ecommerce.

● **LEZIONE 8 – Venerdì 12 giugno 2020 ore 10-13**

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.



- **LEZIONE 9 - Giovedì 18 giugno 2020 ore 10-13**

MARCO SEPERTINO - YOUTUBE ADS

Dott. - Consulente, Formatore e imprenditore. Esperto Google Ads e YouTube Ads

Perché Youtube Ads. Quale campagna Ads creare (obiettivi campagne). Impostazioni campagna Lead Generation. Gruppi di annunci. Ads annunci. KPI fondamentali. Specifiche sul target Cold, Warm e Hot.

- **LEZIONE 10 – Venerdì 19 giugno 2020 ore 10-13**

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. 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. Tik Tok vs Instagram.

- **LEZIONE 11 – Giovedì 25 giugno 2020 ore 10-13**

FABRIZIO PERRONE - INFLUENCER MARKETING

Dott. - Founder Buzzoole

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.



- **LEZIONE 12 – Venerdì 26 giugno 2020 ore 10-13**

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. Ruolo dei video nella comunicazione. Efficacia del content. Tool di analisi a integrazione degli insight.

- **LEZIONE 13 – Giovedì 2 luglio 2020 ore 10-13**

ANGELO RANIERI - CHATBOT

PhD Practitioners Management Dipartimento di Economia, Management e Istituzioni Università Federico II Napoli

Introduzione all'Intelligenza Artificiale. Tecnologie che utilizzano l'IA (es. NLP, ASR, ecc.). Vantaggi e svantaggi delle tecnologie AI. Introduzione ai Chatbot. Addestramento di una AI per 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.

- **LEZIONE 14 – Venerdì 3 luglio 2020 ore 10-13**

TESTIMONIANZE - CONTENT CREATOR

Dott. Luca Persichetti: *Marketing Manager Casa Surace (3,4 mln di follower) - Carlo Cuomo: CoFondatore di NapoliFoodPorn (2 mln follower) - Dott. Lorenzo Franco 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.*



- **LEZIONE 15 – Giovedì 9 luglio 2020 ore 10-13**

MARCO PALMIERI - PROJECT WORK

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, 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. Tool operativo a sostegno (Canva).