



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO

Dipartimento
di Lingue, Letterature
e Culture Straniere

LABORATORIO DIDATTICO

Digital Marketing & Communication

a.a. 2024-2025

Sigla del Laboratorio	LMCCI08
Responsabile didattico	Lucia Avallone
Referente di ruolo	Lucia Avallone
Esperti	Giulio Pizzuto (ABB - Global Digital Marketing Leader)
Periodo di svolgimento	Il semestre
Corso di studi proponente	LMCCI
Numero massimo di studenti ammissibili	15
Eventuali prerequisiti disciplinari richiesti	Nessuno
Contenuti e obiettivi formativi	<p>Attraverso il laboratorio s'intendono sviluppare competenze di marketing e comunicazione articolate a vari livelli e connesse a una formazione digitale. L'obiettivo, di tipo culturale ed educativo, si focalizzerà sull'acquisizione di tali competenze sviluppando una mentalità aperta verso ambiti diversi ma interconnessi, oltre a un senso di autonomia e di postura professionale.</p> <p>I contenuti delle attività riguarderanno la creazione e la gestione di progetti di marketing communication, con particolare attenzione a canali e tecniche digitali.</p> <p>Sarà, infatti, oggetto del laboratorio la progettazione di una campagna promozionale multi-canale, simulando il lavoro svolto da un reparto marketing in azienda o da un'agenzia.</p> <p>Inoltre, sarà illustrato il panorama professionale del Digital Marketing, per consentire a studentesse e studenti di capire il percorso professionale che potrebbe essere rappresentativo del loro futuro.</p>
Articolazione del laboratorio	<p>Il laboratorio prevede un lavoro complessivo di 75 ore così ripartite:</p> <p>- 18 ore di lavoro guidato in co-presenza (docente e studenti) con attività articolate in due moduli:</p> <ul style="list-style-type: none">● Modulo 1: Concetti base di Digital Marketing<ul style="list-style-type: none">○ Introduzione al Digital Marketing○ Customer Journey e Marketing Funnel○ Modelli di Business e Marketing nell'era digitale○ Web Development e Content Management○ SEO e Web Analytics○ Social Media Marketing○ Digital Advertising○ E-Mail Marketing & Marketing Automation



	<ul style="list-style-type: none">○ Generative AI <p>● Modulo 2: Project Work - Creazione di una campagna promozionale</p> <ul style="list-style-type: none">○ Studio del contesto e analisi del mercato○ Sviluppo del concept creativo○ Definizione di obiettivi, KPI e budget○ Distribuzione dei contenuti su almeno tre canali○ Presentazione della campagna <p>L'approccio didattico è pratico e mira a coinvolgere i partecipanti, alternando lezioni frontali a momenti di discussione, esercitazioni e lavori di gruppo, sperimentando direttamente alcuni concetti e realizzando una simulazione di campagna promozionale.</p> <p>- 57 ore di lavoro individuale e di gruppo sulle attività assegnate dal docente.</p>
Valutazione finale	Il laboratorio si concluderà con la presentazione dei lavori sviluppati dai partecipanti e con una loro valutazione.
Contatti	lucia.avallone@unibg.it
Modalità	In presenza.