

Programma didattico 2016

<p>Fausto Colombo Prof. Ordinario Teoria e Tecniche dei Media Università Cattolica, Milano</p>	Self & society in the networked era
<p>Guido Di Fraia Prof. Associato e Direttore Scientifico Master Social Media Marketing & Web Communication Università IULM, Milano</p>	Comunicazione aziendale e social network
<p>Roberto Grandi Prof. Ordinario Comunicazioni di Massa e Comunicazione Pubblica Università Statale, Bologna</p>	La brand communication tra media tradizionali e social media
<p>Massimiliano Bruni Prof. Associato Economia Aziendale Università IULM, Milano</p>	I ruolo della comunicazione nella gestione strategica d'impresa
<p>Carlo Alberto Carnevale Maffè SDA Professor di Strategia e Imprenditorialità Università Bocconi, Milano</p>	Web 2.0 e nuovi modelli di business
<p>Francesco Morace Fondatore e Presidente Future Concept Lab</p>	I trend globali della comunicazione
<p>Paolo Bertozzi Università IULM, Milano</p>	Fondamenti di marketing
<p>Vanni Codeluppi Prof. Ordinario Sociologia dei processi culturali e comunicativi Università IULM, Milano</p>	Retail marketing 2.0
<p>Bernard Cova Prof. Marketing e Sociologia dei Consumi Kedge Business School, Marsiglia</p>	Dal Marketing al Societing in una Brand Society
<p>Andreina Mandelli SDA Professor di Marketing e Comunicazione Università Bocconi, Milano</p>	Social mobile marketing

Programma didattico 2016

<p>Guido Di Fraia Prof. Associato e Direttore Scientifico Master Social Media Marketing & Web Communication Università IULM, Milano</p>	Logiche e principi del content marketing Digital storytelling
<p>Paolo Ciuccarelli Professore Associato Density Design Research Lab Politecnico Milano</p>	Big data e visualizzazione, tra analisi e narrazione
<p>James Osborne Sustainability & content strategist Partner Lundquist</p>	Etica e responsabilità sociale d'impresa
<p>Roberto Grandi Prof. Ordinario Comunicazioni di Massa e Comunicazione Pubblica Università Statale, Bologna</p>	Marketing delle imprese culturali e creative
<p>Paolo Iabichino Executive Creative Director OgilvyOne & Geometry Global</p>	Creatività e nuove forme della comunicazione pubblicitaria crossmediale
<p>Elisabetta Baldini Brand Consultant Director Inarea Strategic Design</p>	Brand e identità di marca
<p>Andrea Genovese Ceo di Social Academy, co-founder di Roma Startup, project leader di Wind Business Factor</p>	Project Work
<p>Stefano Pace Prof. Associato Kedge Business School, Marsiglia</p>	La co-creazione nella comunicazione: fra marketing e consumer research
<p>Raffaele Pastore Direttore Studi e Ricerche UPA</p>	Le ricerche sui media
<p>Silvio Siliprandi Presidente e Amm. Delegato GfK Eurisko</p>	

Programma didattico 2016

Sacha Monotti Graziadei Fondatore e CEO Blogmeter, Owner Me-Source	L'ascolto della rete e il social media mining
Luca Marinaro Managing Director FMCG Italy	Pianificazione media integrata
Chiara Colombo Digital Experience Creative Director Hitrea	I canali social: caratteristiche e linguaggi. La pianificazione di una campagna SMM
Rosella Serra Senior Account Analyst Google	Google e il consumatore sempre connesso in multiscreen
Andrea Testa Founder & CEO @Blubit	La piattaforma Google Adwords SEO & SEM
Leonardo Bellini Fondatore Digital Marketing Lab	Logiche e sviluppi del Mobile marketing
Gianluca Diegoli E-commerce, Omnichannel, Digital Marketing Consultant & Temp Manager	Principi di e-commerce e social commerce
Paolina Testa Partner Studio Associato FTCC	Il quadro normativo
Vincenzo Guggino Segretario Generale Istituto Autodisciplina Pubblicitaria	Il sistema autodisciplinare