



<b>Denominazione</b>	Social Media Management
<b>Moduli componenti</b>	
<b>Settore scientifico-disciplinare</b>	Informatica
<b>Anno di corso e semestre di erogazione</b>	1° anno; 2° semestre
<b>Lingua di insegnamento</b>	Italiano
<b>Carico didattico in crediti formativi universitari</b>	6
<b>Numero di ore di attività didattica assistita</b>	36
<b>Docente</b>	Dott.ssa Mariachiara Minoia
<b>Risultati di apprendimento specifici</b>	Obiettivo dell'insegnamento è fornire le conoscenze teoriche e gli strumenti tecnico-professionali per la pianificazione strategica ed operativa del social media marketing e della comunicazione d'impresa operante nel settore gastronomico, al fine di competere in un contesto ambientale e sociale sempre più complesso.
<b>Programma</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stato dell'arte della comunicazione online del settore enogastronomico</li><li>• La comunicazione online e sui social media: principi base</li><li>• Definizione del piano strategico del social media marketing</li><li>• Le piattaforme di social media management</li><li>• La creazione dei contenuti</li><li>• Ascolto, misurazione e metriche</li></ul>
<b>Tipologie di attività didattiche previste e relative modalità di svolgimento</b>	Lezioni frontali e casi di studio
<b>Metodi e criteri di valutazione dell'apprendimento</b>	Esame orale La prova orale consiste in domande aperte su tutto il programma del modulo. Nella prova orale gli studenti devono dimostrare un buon grado di conoscenza sulle tematiche afferenti all'insegnamento con particolare attenzione alla capacità di analisi e autonomia di giudizio sui fenomeni attuali relativi alla materia stessa, che proprio per la sua natura, è legata a continui aggiornamenti ed evoluzioni.
<b>Criteri di misurazione dell'apprendimento e di attribuzione del voto finale</b>	La valutazione dell'apprendimento prevede l'attribuzione di un voto finale espresso in trentesimi.
<b>Propedeuticità</b>	Non sono previste propedeuticità.



UNIVERSITÀ

**LUM**

GIUSEPPE  
DEGENNARO

A.A. 2021-2022

<b>Materiale didattico utilizzato e materiale didattico consigliato</b>	Guido di Fraia – <i>Social Media Marketing: strategie e tecniche per aziende B2B e B2C</i> , Hoepli  Dispense della docente
<b>English Module (Title, Programme, Textbooks)</b>	