

SSML SALERNO

Corso di Laurea triennale in Mediazione Linguistica (CL-12)

ANNO ACCADEMICO 2025-2026

ORGANIZZAZIONE E MARKETING PER LA COMUNICAZIONE D'IMPRESA

SSD: GSPS-06/A

Prof. Stefano Amodio

Modulo 6 Cfu

Argomento:

Il corso fornisce le competenze di marketing e digitali tra le più ricercate nel mondo del lavoro. Si acquisiranno in particolare strumenti e competenze di base per pianificare, implementare e misurare impatti e ritorni delle strategie digitali. Un percorso che si caratterizza per la didattica esperienziale, che prevede lezioni teoriche e Skill Lab con interventi ricchi di esempi e casi pratici di consulenti e formatori esperti. Il Corso include un Digital Advertising Lab, sessioni interattive per imparare a creare campagne di successo su Google, Meta e Amazon

Obiettivi formativi:

Approfondire e integrare le conoscenze sulla rilevanza dell'aspetto soggettivo nella dimensione comunicativa nel campo enogastronomico. Evidenziare campi di analisi e di intervento nel campo della pubblicità e della comunicazione.

Parte Generale:

- Content marketing e Storytelling: strategie e strumenti per una narrazione efficace nel campo enogastronomico-turistico;
- Digital storytelling nel campo enogastronomico- turistico;
- I principali social media e il loro utilizzo strategico nella comunicazione nel campo enogastronomico- turistico;
- La pubblicità sui media digitali nel campo enogastronomico- turistico;
- Visual & Video storytelling - comunicare con immagini e video nel campo enogastronomico- turistico

Testi d'esame:

- Andrea Fontana, Manuale di Storytelling. Raccontare con efficacia prodotti, marchi e identità d'impresa, Rizzoli ETAS, Milano, 2018
- Andrea Fontana, Storyselling, Strategie del racconto per vendere se stessi, i propri prodotti, la propria azienda, Rizzoli-Etas Edizioni, Milano, 2010

Modalità d’esame: scritto e orale obbligatorio.