

	 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO	Titolo del Master/Short Master proposto	DIGITAL MARKETING				Al Magnifico Rettore				
	MODULO FORMATIVO numero 2	Titolo del modulo	SOCIAL MEDIA MARKETING & COMMUNICATION								
		Docente responsabile del modulo didattico	Albert Antonini Mangia								
	Tematica della lezione / attività formativa	Docente		Attività didattica prevista per ciascun modulo formativo							
		Cognome e nome	Qualifica, sede di afferenza e SSD	ore per lezioni frontali	ore per esercitazioni/l aboratori	ore di studio individuale	ore di stage	seminari / altre attività	impegno totale ore	CFU	
	Marketing e comunicazione attraverso i Social Media e il web 3.0	Antonini Mangia Albert	Direttore Marketing Alibaba Italia	2		5		4	11	0,45	
	Il marketing C2C e Il ruolo degli influencer nei processi d'acquisto.	Perrelli Gianluca	Managing Director, Buzzoole	1		3		5	9	0,34	
	Social Media Emergenti Youtube e Viral Marketing	Scognamiglio Edoardo	Combocut		2	1		4	7	0,29	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
									0	0,0	
			Totali	3	2	9		13	27	1,00	