Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Digital marketing methods and consumer experience
Codice insegnamento	27517
Titolo aggiuntivo	
Settore Scientifico-Disciplinare	INF/01
Lingua	Inglese
Corso di Studio	Corso di laurea magistrale in Data Analytics for Economics and Management
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	Dott. mag. Andrea Molinari, Andrea.Molinari@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/engineering/academic-staff/person/3420
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
Anno/i di corso	2
CFU	6
Ore didattica frontale	36
Ore di laboratorio	-
Ore di studio individuale	-
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	The program of the course focuses on leveraging data to understand and predict consumer behavior. It includes techniques such as data mining, A/B testing, and marketing automation to optimize strategies. Emphasis is placed on digital channels, including social media, mobile, search, web, and email analytics. The goal is to enhance targeting and personalization of marketing communications across platforms.
Argomenti	

dell'insegnamento	
Parole chiave	
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	
Obbligo di frequenza	Recommended, but not required.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	
Criteri di valutazione	
Bibliografia obbligatoria	
Bibliografia facoltativa	
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	