

# Syllabus

---

## Influencer Marketing (a.a. 2024/25)

### Prerequisiti

Nessuno.

### Obiettivi formativi

Influencer Marketing fornisce agli studenti e alle studentesse vari strumenti attraverso i quali comprendere e padroneggiare la complessità, l'eterogeneità e le più recenti trasformazioni che caratterizzano il settore dell'influencer marketing.

Lo fa attraverso un corso-laboratorio ideato per mettere gli studenti e le studentesse a stretto contatto con vari/e professionisti/e del settore, con l'obiettivo di fornire quindi loro tutti gli strumenti per poi lavorare nel settore dell'influencer marketing avendo già acquisito delle nozioni non solo base, ma di un livello avanzato.

Nel concreto, il corso comprenderà tre tipi di contenuti:

- i) la teoria (il confronto sulle principali teorie e approcci metodologici relativi allo studio del fenomeno dell'influencer marketing)
- ii) le testimonianze (la presenza in classe di: creator/influencer, titolari di agenzie di creator/influencer, attori istituzionali del settore dell'influencer marketing, esperti di branded content, etc.)
- iii) il progetto (l'ideazione, la progettazione e la presentazione in classe di una campagna di influencer marketing)

### Risultati apprendimento attesi

Alla fine del corso gli studenti e le studentesse acquisiranno la capacità di valutare criticamente le principali caratteristiche e i più recenti sviluppi del settore dell'influencer marketing, avendo altresì acquisito conoscenze e competenze specifiche su come mettere tutto ciò effettivamente in pratica all'interno di campagne e attività di influencer marketing, con l'obiettivo inoltre di far sì che queste siano concretamente realizzabili.

### Programma

Il corso è articolato in tre moduli: il primo è dedicato alle principali teorie e approcci metodologici relativi allo studio del fenomeno dell'influencer marketing. Nel secondo modulo gli studenti e le studentesse entrano in stretto contatto con chi pratica l'influencer marketing, tramite il racconto delle proprie concrete esperienze professionali. Il Terzo modulo si compone invece della ideazione e concreta definizione da parte degli studenti e delle studentesse di un progetto in grado di applicare quanto recepito nei due moduli precedenti.

Il corso non prevede lo studio obbligatorio di alcun testo.

### **Metodi didattici**

Lezioni frontali, seminari, lavori di gruppo, presentazioni in aula.

### **Altri materiali didattici**

Varie letture (non obbligatorie) saranno suggerite e consigliate dal docente durante il corso. Corso riservato a studenti/studentesse frequentanti.

### **Modalità di verifica dell'apprendimento e criteri di valutazione**

Per ottenere i 3 cfu del laboratorio si deve seguire almeno l'80% delle lezioni (**massimo 2 assenze**) e presentare nella lezione conclusiva la propria campagna di influencer marketing.

### **Lavoro di gruppo**

In base al numero totale degli studenti e delle studentesse frequentanti, saranno formati gruppi di minimo 2, massimo 3-4 studenti/studentesse.

Ogni gruppo dovrà presentare il proprio progetto in un tempo che varierà tra i 7 e i 15 minuti, in base ai gruppi totali che saranno formati.

Le indicazioni su come strutturare il proprio progetto saranno fornite dal docente in classe fin dalla prima lezione del corso.

Oltre a presentare il proprio progetto, i componenti di ogni gruppo ricopriranno anche il ruolo di "discussant" per il progetto di un altro gruppo.

Il calendario della presentazione dei progetti sarà definito entro la terza lezione.

I principali criteri alla base della valutazione dei progetti saranno i seguenti:

- 1) Coerenza e significatività del progetto
- 2) Concreta fattibilità
- 3) Chiarezza nella presentazione

### **Modalità di iscrizione**

Le iscrizioni sono aperte a 30 studenti/esse del corso di laurea in Comunicazione pubblica e d'impresa (COM). Per iscriversi compilare il modulo che trovate a questo link

<https://forms.gle/48GwZbvtH1QDzsAt9>

Le iscrizioni apriranno il 16 settembre 2024 alle ore 17:00.

## Struttura e calendario del corso

<b>Data</b>	<b>Contenuto della lezione</b>
27 settembre 2024	Presentazione del corso
04 ottobre 2024	Alessandro Bargna (press office, Realize Networks), presentazione progetti
11 ottobre 2024	Lezione teorica e formazione gruppi
18 ottobre 2024	Federico Rognoni (Titolare di Agenzia, Atomical)
25 ottobre 2024	Fabiana Andreani (Creator, @fabianamanager)
8 novembre 2024	Alberta Antonucci (avvocata esperta di creator economy)
15 novembre 2024	Marco Zischka (Manager di singoli creator, e.g. @iosonochico )
22 novembre 2024	Martina Mazzei (Titolare di Agenzia, Deck)
29 novembre 2024	Jacopo Ierussi (Presidente associazione di categoria, Assoinfluencer)
6 dicembre	Presentazione progetti

*Tutte le lezioni si terranno alle ore 16 30 presso l'aula 24*