

Syllabus

Influencer Marketing (a.a. 2025/26)

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) e Comunicazione e Società (CES).

Per iscriversi compilare il modulo che trovate a questo link:

<https://forms.gle/48GwZbytH1QDzsAt9>

Le iscrizioni apriranno il 19 settembre 2025 alle ore 17:00.

Struttura e calendario del corso

Data	Contenuto della lezione
26 settembre 2025	Presentazione del corso
03 ottobre 2025	Lezione teorica e formazione gruppi
10 ottobre 2025	Federico Rognoni (CEO Atomical, agenzia di influencer marketing) e presentazione progetti
17 ottobre 2025	Giovanni Mondini (Marketing Director at Barry Callebaut)
24 ottobre 2025	Don Alberto Ravagnani ("sacerdote influencer")
7 novembre 2025	Francesca Citterio (Titolare Sparkle, agenzia di influencer marketing)
14 novembre 2025	Lisa Offside (content creator)
21 novembre 2025	Nicolò Raffaelli (Manager Chimera, agenzia di influencer marketing)
28 novembre 2025	Maurizio Valente (Vice presidente Associazione Italiana Content & Digital Creators)
5 dicembre 2025	Presentazione progetti

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

(il giorno e l'orario di alcune lezioni potrebbe subire delle piccole variazioni)