

Il corso è stato pensato per fornire le basi fondamentali che ogni professionista del settore media digitale dovrebbe conoscere quando si parla di pubblicità al giorno d'oggi, sempre più guidata dai dati, sempre più customer-centric. Verranno trattati temi fondamentali della pubblicità digitale multi-schermo, pianificazione tradizionale e programmatic, formati, creatività, logiche e dinamiche. Dati e creatività inoltre sono sempre più connessi e non possono più prescindere l'uno dall'altro. Oggi i marketer per operare al meglio nel digitale devono sapere come utilizzare la tecnologia al servizio della creatività e attraverso l'utilizzo di piattaforme riuscire a mescolare il genio creativo con la gestione di dati di audience, volti all'erogazione di messaggi sempre più rilevanti per l'utente, migliorando quindi l'esperienza con il brand.