

Elementi di Digital Advertising: Search, Social e Programmatic

La lezione si concentra sui capisaldi del mondo della pubblicità digitale, soffermandosi sull'environment complessivo in cui si muovono gli attori del settore, sull'overview di mezzi e strumenti, studiando nello specifico i principali canali, formati e audience per poi definire le metriche e i KPI principali, affrontando infine la metodologia di ideazione e costruzione strategica di un media plan