

ABSTRACT

Come l'avvento dei dati abbia modificato radicalmente il modo di fare advertising, con un impatto sulle tecnologie, sulle analisi effettuabili e sul modo di spendere il proprio budget.

1- Evoluzione dello scenario media

- Come il media si muove dalla tradizionale "reservation" verso forme di buying avanzate come conseguenza della data integration.

2- Audience

- Lo spostamento del media da "network centrico" a "user centrico" vede crescere l'importanza del concetto di audience. Cosa sono le audience e di quali tipologie possiamo fare uso nel media?

3- Stack tecnologiche e flussi di dati

- Introduzione alle principali tipologie di piattaforme connesse che completano e potenziano le attività di Digital Media (DMP, CMP, CRM, Analytics,...)