

L'obiettivo della giornata è condividere gli strumenti per interpretare e valutare una strategia di pianificazione media, i concetti e le metodologie fondamentali per poterli applicare sia ai project work del corso sia all'interno del proprio ambito professionale. Si introdurranno le Media Agencies e la loro funzione all'interno del sistema della comunicazione, con un focus sulle trasformazioni in atto in questi anni. In seguito tratteremo le metriche fondamentali che servono per capire il mondo della pianificazione media, dal punto di vista della valutazione dei kpi's di un piano ma anche della misurazione degli effetti della comunicazione, del Return on Investment. Infine ci focalizzeremo infine sulla costruzione della strategia media attraverso gli strumenti e gli approcci chiave, con applicazioni pratiche ai project work del corso.