

Specialisti delle tecnologie per il digital Advertising

Programma del corso

Le lezioni sono articolate per consentire allo studente di avere un inquadramento generale del settore, per poi acquisire tutte le competenze che occorrono a gestire l'intero ciclo di vita di una Campagna di Digital advertising. Tutte le basi tecniche saranno spiegate in aula ed approfondite durante le esercitazioni.

- **Introduzione di settore:** quali sono i principali player di settore, l'andamento del mercato e le dinamiche che caratterizzano il mondo del Digital Advertising
- **Introduzione tecnica:** una panoramica delle principali piattaforme tecnologiche
- **Flussi e processi operativi:**
- **Le creatività:** i formati, le specifiche tecniche, il funzionamento e le diverse tecnologie impiegate (segue esercitazione)
- **Adserver:** i principali Adserver e loro specificità + Approfondimento sul mondo del programmatic
- **La campagna:** Struttura, piano media, creazione su adserver, e tutte le impostazioni connesse (segue esercitazione)
- **Placement:** inserimento del piano media in campagna attraverso la creazione dei placements (segue esercitazione)
- **Creazione AD:** la gestione delle creatività attraverso la creazione di AD e l'associazione ai placement (segue esercitazione)
- **Url parametrizzate e Codici 3 parti:** la campagna si arricchisce dei sistemi di tracciamento e misurazione di performance e media quality (segue esercitazione)
- **Invio dei Tag:** completamento della campagna e trasmissione dei TAG ai publisher per il Go Live (segue esercitazione)
- **Reporting:** automatico, standard, avanzato, personalizzato, tutte le tipologie di reporting associato alla campagna (segue esercitazione)
- **HTML e Javascript:** un approfondimento tecnico per migliorare il lavoro
- **Troubleshootig vario, modifiche di campagna:** la gestione del ciclo di vita della campagna live e degli eventuali problemi che possono emergere (segue esercitazione)
- **Gestione delle comunicazioni:** approfondimento sulla gestione delle comunicazioni con diversi soggetti che collaborano allo sviluppo di una campagna
- **Schede materiali:** come si predispongono le schede materiali per la predisposizione delle creatività (segue esercitazione)

Per approfondimenti:

Pagina del corso:

<https://www.unipi.it/index.php/corsi-di-perfezionamento/item/10244-specialisti-delle-tecnologie-per-il-digital-advertising>

Durata

Il corso avrà la durata di 3 mesi, dal 1 Ottobre 2017 al 31 Dicembre 2017 La didattica sarà articolata in 60 ore. Alla fine del Corso di Perfezionamento saranno acquisiti 6 CFU.

Scadenza domanda di ammissione

Ore 12,00 del 12 settembre 2017

Bando e moduli d'iscrizione

https://www.unipi.it/index.php/corsi-di-perfezionamento/item/download/11403_95b8a158f1d813e055021c2597054fbc

Direttore

Prof. Stefano Galatolo

galatolo@dm.unipi.it