



Pianificazione e Controllo della Comunicazione

Stella Romagnoli

Marketing e Comunicazione Digitale d'Impresa
LUMSA 2021-2022



LUMSA
UNIVERSITÀ
1918 SOTTANTESIMO 2019



Mi presento



Media Management
 Advertising
 Advertising and Brand Research
 Events & Sponsorship
 Digital Communication
 Trade Marketing
 Brand Strategy
 Corporate Communication
 Internal Communication



Cosa imparerete in questo corso?

**Come si
pianifica
La comunicazione
sui diversi
media**





Come lo faremo?

**Con una parte teorica,
testimonianze e casi pratici
... ed esercitazioni in aula**



Il corso

- Dal 15 febbraio al 27 aprile
- 6 crediti
- **40 ore** in aula:
 - *Martedì ore 11-13 – Aula Magna (sede Traspontina)*
 - *Mercoledì ore 11-13 – Aula Magna (sede Traspontina)*

Sono ritenuti frequentanti coloro che assistono almeno al 70% delle ore del corso (28h), in presenza oppure online. La prova della frequenza è data dalla partecipazione ai giochi Kahoot.

Contenuti del corso



**questo è un corso molto
pratico,
frequentare è importante**



E' un corso molto pratico

Se riuscite a seguire le lezioni NON servono libri di testo

Altrimenti integrate con il **capitolo 7** e appendice (da pag. 243 a pag. 405) di questo libro





Che cosa dovrete (già) sapere

- Nozioni base di marketing
- La lingua inglese



I macrotemi del programma

ASPETTI INTRODUTTIVI:

- La comunicazione d'Impresa e gli stakeholder coinvolti
- Le aree della comunicazione d'impresa
- Dagli obiettivi aziendali agli obiettivi di comunicazione
- Il nuovo approccio di Brand Choreography alla strategia di comunicazione
- Analisi del target, le personas
- Customer Journey e touchpoint e media POE
- Media Owned: principali caratteristiche



I macrotemi del programma

I MEDIA POE:

- Earned media: il ruolo delle Media Relations
- Scenario Paid media in Italia, trend degli investimenti pubblicitari
- Paid media:
 - *Parametri di pianificazione offline: contatti, copertura, frequenza, GRP's*
 - *Parametri di pianificazione online: Impressions, CTR, CPM, CPC, CPA, ecc.*
- Pianificazione media online&offline:
 - *Il web (display, native, programmatic)*
 - *Pianificare i social media*
 - *La Televisione, la stampa, la radio, l'out-of-home, il cinema*



I macrotemi del programma (cont'd)

PIANIFICAZIONE E ACQUISTO MEDIA:

- Preparazione della strategia media e del piano mezzi
- Processo di acquisto dei media
- Sistemi di controllo e KPIs
- Costruzione del budget pubblicitario
- Come si fa una presentazione



Bonus extra

- Come si fa una presentazione

Descrittori di Dublino



Conoscenza e capacità di **comprensione**

Al termine del corso gli studenti devono **conoscere**:

- La **terminologia appropriata** per definire le attività di pianificazione e acquisto media
- I **concetti fondamentali** riguardo all'impostazione del **budget** e del **piano di comunicazione**
- Le **caratteristiche dei diversi media**
- **Come vengono misurate le audience** dei mezzi
- **Dove trovare le informazioni** necessarie all'impostazione del budget pubblicitario
- **Come funziona il processo di pianificazione** e quali sono gli attori del settore



Conoscenza e capacità di comprensione **applicate**

Gli studenti devono essere in grado di:

- **scegliere i media più adatti** a raggiungere gli obiettivi di comunicazione prefissati ed **impostare in autonomia un piano mezzi** offline ed online non automatizzato
- **Eseguire calcoli** di base sui principali **KPI media**
- **impostare la richiesta di un budget** di comunicazione



Autonomia di **giudizio**

Gli studenti devono essere in grado di

- **comprendere se un media è più efficace o efficiente di un altro nell'ambito di una strategia di comunicazione,**
- **e se un piano di comunicazione è impostato in modo professionale.**



Abilità comunicative

Gli studenti dovranno

- **saper presentare i loro lavori in modo chiaro, completo ma sintetico**, utilizzando la terminologia più appropriata.
- essere in grado di **spiegare in modo efficace** le motivazioni delle loro scelte, e di **essere convincenti** sulle proposte, sia attraverso i *tool* visivi (es. *power point*) che di persona.

A questo proposito una lezione del corso sarà riservata a come progettare una presentazione professionale e alle tecniche di *public speaking*



Capacità di **apprendere**

- Gli studenti dovranno essere **in grado di orientarsi** nel macro-settore del *media planning*,
- **scegliere le fonti** di dati più utili allo svolgimento del loro lavoro,
- avere una base di conoscenze in grado di permettergli agevolmente un **aggiornamento costante** in un settore altamente innovativo

Come verranno generate e valutate queste conoscenze e abilità?



Conoscenza, comprensione e applicazione

- La **parte teorica** che bisogna conoscere verrà costantemente richiamata tramite giochi online di «formative **assessment**» e **valutata con un test scritto finale** a risposte aperte e chiuse
- La **comprensione e l'applicazione** verranno sviluppate attraverso **esercitazioni di gruppo** su un caso reale, la cui valutazione costituirà la metà del voto finale.

Esercitazioni e assessment



Kahoot formative assessment

Ci sarà anche la possibilità di vincere punti validi per il test scritto giocando a Kahoot, al **termine della lezione, sugli stessi argomenti appena trattati**



**La prima metà del ranking
degli iscritti al corso riceverà
1 punto in più da aggiungere al
voto del test**



Perciò siate presenti...

E state attenti!





Facciamo una prova?



Ma useremo anche Mentimeter (www.menti.com)



Mentimeter





L'esercitazione

- Durante il corso (se volete) farete **1 esercitazione (divisa in 2 parti)**
- L' esercitazione si svolgerà in team. Potrete scegliere i vostri compagni, se non trovate una squadra ve la organizzo io.
 - ***squadre di 6-8 persone***
- **La media dei voti delle 2 parti dell'esercitazione sostituirà l'esame orale** (se verranno eseguite tutte e 2 e se la presenza a lezione è di almeno il 70% delle ore previste)

L'esame finale



Il voto finale per gli studenti frequentanti

Per gli studenti **FREQUENTANTI** che intendono fare l'**esercitazione di gruppo** il voto finale è la **media matematica** di:

- **Test scritto da 30'** con domande aperte e chiuse da eseguirsi sulla piattaforma di Elearning della LUMSA (le domande valgono da 1 a 3 punti ciascuna, il totale è 30)
- **Media dei voti delle 2 parti dell'esercitazione** di gruppo (che sostituiscono l'esame orale)

Come viene calcolato il voto finale per i frequentanti

LAVORO DI GRUPPO		TEST SCRITTO	PUNTI KAHOOT
Parte 1	Parte 2	Test online da 30 minuti a domande aperte (max 3 punti) e chiuse (max 1 punto)	+ punti Kahoot
VOTO (X/30)	VOTO (X/30)	VOTO (X/30)	
Media		voto del test + punti kahoot	
(MEDIA DEI LAVORI DI GRUPPO + RISULTATO FINALE TEST SCRITTO)/2 = VOTO FINALE			



Esempio

LAVORO DI GRUPPO		TEST SCRITTO	PUNTI KAHOOT
Parte 1	Parte 2	Test online da 30 minuti a domande aperte (max 3 punti) e chiuse (max 1 punto)	+ punti Kahoot
30	25	27 + 1	
27,5		28	
27,8			
VOTO FINALE: 28/30			

**Potete comunque rifiutare i
voti delle esercitazioni e fare
l'esame da non frequentanti**



Il voto finale per gli studenti **non frequentanti**

E' costituito dal **test scritto** online di 30' e da un **esame orale** che può alzare -o diminuire- il voto ottenuto con lo scritto.

Dove trovare tutto?



Il sito con tutte le informazioni:

https://www.stellaromagnolilezioni.com/PCC_2021-22/index.php



Questo è il sito delle lezioni di **Pianificazione e Controllo della Comunicazione** della LUMSA di Roma per l'anno accademico 2021-22.

Qui troverete tutte le slide ed i materiali presentati in aula, i risultati delle esercitazioni e tanto altro.

Il corso inizia nel secondo semestre (febbraio 2022).

Mi chiamo **Stella Romagnoli**, e per oltre 30 anni ho lavorato come responsabile della comunicazione di grandi aziende ([se volete saperne di più cliccate QUI](#)), seguendo principalmente la gestione dei budget pubblicitari, con la pianificazione delle campagne di comunicazione.

Confido di potervi trasferire tutta la mia passione per questa disciplina poco conosciuta, ma a mio parere indispensabile.


Ci vediamo in classe!, giocheremo con Kahoot, lavorerete in gruppo, imparerete e vi divertirrete! A presto,
Stella Romagnoli.



Compilate il form che trovate in homepage

Pianificazione e Controllo della comunicazione

Ti chiedo la cortesia di riempire questo form per consentirmi di abbinare nome, cognome e matricola con il tuo nickname per giocare in classe con Kahoot per pubblicare i risultati e i voti delle esercitazioni in modo "anonimo".
Vorrei sapere inoltre sei intendi svolgere i lavori di gruppo e se vuoi darmi la mail personale per il mio database studenti. Se ci sono opportunità di stage o eventi interessanti, o anche per avvisarti di qualche novità, utilizzo un sistema di direct emailing che però viene bloccato dalla mail Lumsa.

 s.romagnoli2@lumsa.it (non condiviso) [Cambia account](#) 

*Campo obbligatorio

Il tuo nome *

La tua risposta

Il tuo cognome *