

RACCOLTA, ANALISI E UTILIZZO STRATEGICO DEI DATI NELLA SCIENZA E NEL MARKETING

Enrico Marchetto
Noiza

13 e 18 maggio 2020, ore 18:00
corso online

Prima Lezione

- a) L'analisi del consumatore nell'era del Covid 19
- b) Come è cambiata la domanda diretta e come è cambiata la domanda latente nell'arco di poco meno di un mese
- c) Il web marketing scientifico: il caso della rivista dei pediatri italiani, Uppa.it

Seconda Lezione

- a) Il rapporto tra divulgazione scientifica e marketing online, una breve analisi del Caso Covid 19
- b) La polarizzazione e il trigger point all'interno dei social network, dal caso Burioni alla fake news
- c) Il giornalismo scientifico e la forza distributiva dei social network
- d) La comunicazione online della scienza dopo il Covid 19, scenari possibili