

ABSTRACT

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2012 – 2013

Titolo della tesi: The Real-Time Web: La pubblicità nell'era dei social media

Autore: Katia Cacciaguerra

Questo lavoro si propone come obiettivo l'analisi di uno scenario caratterizzato dalla realizzazione di campagne adv e l'analisi di quanto possa essere ampio il bacino di utenza che le aziende possono raggiungere semplicemente attraverso l'implementazione di una social media strategy.

Questo lavoro si articola su tre distinti capitoli:

In particolare il primo capitolo si focalizza sulle varie definizioni che mirano a spiegare cosa si intende quando parliamo di pubblicità; a ciò segue la sua fase fondante ; ciò che caratterizza il mercato e la comunicazione; per poi arrivare al destinatario della pubblicità.

Il lavoro prosegue nel secondo capitolo con un'analisi su ciò che riguarda la comunicazione tramite le immagini. Particolare rilievo è stato dato all'analisi degli elementi che compongono una campagna pubblicitaria.

Il lavoro si conclude al terzo capitolo con l'introduzione dei social media nelle aziende, comprendendo il cambiamento nella comunicazione, nel tentativo di comprendere se esistono o meno delle "best-practices" da poter essere seguite dalle aziende nuove, appena affacciatisi sul vasto mondo dei social media.