

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2019/2020

Titolo della tesi: Il ruolo dei Social Network per la promozione delle PIM – Due esempi del panorama torinese.

Autrice: Gallon Valentina

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del ruolo dei Social Network per la promozione delle PMI – Piccole Medie Imprese con due esempi specifici del panorama torinese.

Dopo un primo capitolo teorico dedicato alla presentazione di tutti gli elementi per cui i Social Network sono utili alla promozione di aziende le cui dimensioni rientrano entro certi limiti occupazionali e finanziari prefissati, verranno presentate le due imprese prese come caso di studio: il centro estetico specialistico Estetica Nuova Palmador situato nel comune di Avigliana e la trattoria wine bar Mr Vino presente sul territorio di None. Il secondo capitolo presenterà l'attività di Social Media Management svolta durante il tirocinio curricolare, le considerazioni e le proposte strategiche che potevano essere attuate. Tale proposta ha come obiettivo l'elaborazione di una Social Media Strategy basata sull'analisi dei competitors e sull'analisi SWOT dell'attività economica-commerciale. Sulla base di tali studi, sarà proposto un esempio del piano contenutistico specifico per ogni piccola media impresa.