

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

**Titolo della tesi: Strategia, gestione e monitoraggio dei Social Network: il lavoro del
Social Media Manager**

Autore: Federico Zola

Abstract

Il presente lavoro si pone l'obiettivo di delineare la figura lavorativa del Social Media Manager attraverso la rilettura e l'analisi di alcuni progetti di comunicazione digitale visti e seguiti durante l'esperienza di Stage presso l'Agenzia Dgt Media.

Il lavoro è stato organizzato attraverso la stesura di 4 capitoli.

Il primo capitolo cerca di fornire al lettore un quadro generale dell'evoluzione del marketing per le aziende e in particolare di analizzare l'approccio dell'azienda al fenomeno dei Social Network, creando un marketing dei contenuti ad hoc.

Il secondo capitolo è focalizzato su alcune strategie realizzate dall'Agenzia. Vengono prese in esame tre strategie per le seguenti aziende: Baladin, Kinder Ferrero e Mondovicino. Ognuna di esse offre al lettore spunti di riflessione sul metodo della proposta e sui contenuti della proposta stessa.

Il capitolo terzo illustra, invece, il lavoro di gestione dei canali Social e le principali applicazioni utilizzate in Agenzia per svolgere questa attività. Anche in questo caso ci si avvale di esempi concreti incentrati sulle Aziende seguite.

L'ultimo capitolo, infine, tratta la realizzazione di Report di Web Analytics e Monitoraggio dell'attività Social per le Aziende Kinder Ferrero e Acqua Lete.