

## **Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2013 - 2014**

ADVERTISING ONLINE: STRUMENTI E TIPOLOGIE.

Presentazione di alcuni case history

Francesca Dante

### **ABSTRACT**

L'intento della tesi è quello di offrire una visione globale degli strumenti della pubblicità online.

Il primo capitolo analizza i principali strumenti: *banner*, *direct email marketing*, *landing page* e per ognuna evidenzia caratteristiche peculiari di comunicazione e di utilizzo.

Nella seconda parte della tesi si analizza la progettazione della pubblicità online nel flusso lavorativo di un'agenzia di comunicazione, spiegando quali sono le diverse figure che intervengono nella realizzazione e con quali compiti (*account manager*, *Creative & Content Manager*, *IT Manager*, *Project Manager*) e le varie fasi di lavoro (brief del cliente, studio e ideazione del progetto, stima delle tempistiche e definizione del budget, la presentazione del progetto al cliente, testing e debugging, messa online e monitoraggio e analisi dei risultati).

L'ultima parte della tesi è dedicata ai case history seguiti durante il periodo di stage presso la Arc World Wide: la campagna multibrand lanciata in occasione dello stanziamento di incentivi statali che ha coinvolto i tre brand automotive di FCA Fiat, Lancia e Alfa Romeo con il fine di promuovere la gamma ecologica; la campagna per Panda Cross, in cui si è ripresa un'attività digitale realizzata nel mese di luglio in quanto si rendeva necessario aggiornare la campagna con le nuove promozioni e infine la realizzazione della campagna 500L, con lo scopo di rappresentare il lato cool e divertente del crescere, lo spazio più adatto intorno al costruire una famiglia alla moda.