

**Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER
LA COMUNICAZIONE – a.a. 2016 - 2017**

Titolo della tesi:

Automotive e digital: le campagne social di Lancia

Autore:

Perano Simone

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del mondo dei social network, nello specifico la gestione dei canali social di Lancia e delle relative campagne pubblicitarie promosse dal Brand.

Questa tesi è suddivisa in due macro-aree: la prima, più generale, introduce i concetti-chiave utili a comprendere le meccaniche di base dei social network e le motivazioni che spingono il brand Lancia ad utilizzare la strategia comunicativa che la contraddistingue; la seconda, invece, punta a dare una panoramica sui contenuti e le campagne promosse da Lancia nel periodo compreso tra ottobre e novembre, con un particolare occhio di riguardo ai contenuti real-time e alle ragioni che hanno spinto il brand a mantenere questo tipo di comunicazione.

Nella prima sezione, sono presenti capitoli riguardanti i social network e i KPI che si devono prendere in considerazione per un corretto approccio. Nella seconda parte ho invece introdotto il brand Lancia, prima di procedere alla presentazione dei contenuti.