

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – a.a. 2017 - 2018

Titolo della tesi: CAMERA POP. TRA ARTE, FOTOGRAFIA E DIGITAL ENGAGEMENT

Autore: Cristina Clara Campanella

Abstract

Il presente lavoro si propone di valutare l'influenza di una strategia di digital engagement nell'ambito del piano di comunicazione relativo alla mostra "CAMERA POP. La Pop Art nella fotografia di Warhol, Schifano & Co.", inaugurata a CAMERA il 21 settembre scorso.

Prendendo le mosse da un primo riscontro sui dati di pubblico e dopo aver individuato un audience a cui rivolgersi, verrà presentata la strategia in termini di obiettivi, KPI, canale social di riferimento, per poi focalizzarsi sulla traduzione della strategia in un piano editoriale.

In particolare si cercherà di capire quale risposta abbia avuto l'integrazione di nuovi contenuti video, IG Stories, IGTV in termini di engagement dell'audience digitale e se la strategia adottata on line si sia tradotta in un maggior afflusso del pubblico corrispondente al target.