

### Linguaggi e strategie dell'advertising digitale (Mestre)

|                                                                 | Non sufficiente                                                                                                              | 18-23                                                                                                            | 24-27                                                                                                                                                     | 28-29                                                                                                            | 30 e lode                                                                                                                                                          | Valutazione                                                         |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Scegliere il giusto canale digitale o piattaforma               | manca di conoscenza delle logiche di base del web, basate sulle caratteristiche di navigazione e dei modelli di tracciamento | sufficiente conoscenza di Internet ma difficoltà a individuare e comprendere le peculiarità dei diversi ambienti | buona padronanza dei concetti di base, con un'ottimo riconoscimento delle diverse piattaforme e i loro linguaggi specifici                                | ottima capacità di lettura e comprensione delle logiche di funzionamento del web e delle differenze fra ambienti | perfetta identificazione e conoscenza dell'attuale contesto digitale di Internet, con una visione sulle interconnessioni e ricadute fra dinamiche online e offline | analisi di case histories in aula; discussioni; test di valutazione |
| Impiegare correttamente gli strumenti della pubblicità digitale | manca di capacità di uso corretto di strumenti di marketing digitale                                                         | difficoltà a individuare e utilizzare delle logiche di marketing nel funzionamento degli ambienti digitali       | buon livello di lettura del contesto digitale con una lettura di base delle principali logiche di marketing senza analizzare tutti i livelli più profondi | ottima capacità di individuazione di aspetti di business e marketing nel funzionamento degli ambienti digitali   | apprendimento delle logiche d'ingaggio da parte di un brand o di un soggetto istituzionale in uno specifico ambiente digitale attraverso strumenti pubblicitari    | analisi di case histories in aula; discussioni; test di valutazione |

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                          |                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Costruire una strategia e usare gli strumenti pubblicitari online | <p>manca di conoscenza e capacità di impiego delle possibilità pubblicitarie delle diverse piattaforme online per la realizzazione di campagne digitali</p>                                        | <p>scarsa o parziale conoscenza delle principali piattaforme e ambienti in cui è possibile fare pubblicità online</p>                                                    | <p>buona dimestichezza nel funzionamento e utilizzo di base delle inserzioni, ma non approfondito livello avanzato delle possibilità più complesse (re-marketing, programmatic)</p> | <p>ottima conoscenza di tutte le caratteristiche dei principali strumenti e formati pubblicitari utilizzabili all'interno dei differenti contesti digitali</p>                        | <p>eccellente capacità di definizione delle caratteristiche complete delle varie piattaforme pubblicitarie, del loro funzionamento e di tutti i formati principali</p>                                   | <p>analisi di case histories in aula; discussioni; test di valutazione</p> |
| Sviluppare un funnel pubblicitario digitale con efficacia         | <p>incapacità di elaborare una strategia pubblicitaria digitale per difficoltà di lettura delle caratteristiche di ambienti e linguaggi e non conoscenza adeguata delle differenti piattaforme</p> | <p>discreta capacità di pensare alle principali modalità di promozione online ma scarsa capacità di collegare obiettivi a canali per una conoscenza non approfondita</p> | <p>buona capacità di ragionamento strategico e discreta conoscenza degli strumenti con cui applicare le logiche in chiave pubblicitaria online</p>                                  | <p>ottima capacità di ragionamento strategico, declinazione di obiettivi, canali e strategie in chiave marketing per distribuire la strategia pubblicitaria fra varie piattaforme</p> | <p>eccellente conoscenza delle caratteristiche degli ambienti digitali per mettere a fuoco delle strategie pubblicitarie partendo dalla comprensione delle logiche sottostanti gli ambienti digitali</p> | <p>analisi di case histories in aula; discussioni; test di valutazione</p> |