**Brief – Progetto e stage (225 ore) – II ANNO**

Il brief contiene i contenuti principali e gli obiettivi di progetto assegnati agli studenti. Il progetto potrà essere svolto durante il periodo di stage e richiederà comunque una restituzione da parte degli studenti in forma di report finale. Le imprese si impegneranno a seguire lo studente durante l’esecuzione del progetto assegnato e a certificare le ore dedicate al tirocinio. L’università affiancherà lo studente in fase di esecuzione del progetto e redazione del report finale.

**Soggetto** (*ragione sociale impresa)*

**Tutor impresa** *(nome tutor d’impresa)*

***Tutor Università*** *(nome tutor università, assegnato dal dipartimento di comunicazione ed economia):*

**Strumenti previsti per il tirocinante** *(indicare, per cortesia, gli strumenti/mezzi che il tirocinante dovrà essere in grado di gestire; per esempio: basi di dati, software, tools digitali)*

**Obiettivo** *(indicare, per cortesia, l’obiettivo assegnato al tirocinante/ai tirocinanti)*

**Delivery** *(indicare la consegna prevista: oltre a svolgere l’attività di tirocinio, il tirocinante/i tirocinanti dovranno essere in grado di produrre un report contenente la descrizione del progetto assegnato, con l’indicazione dei risultati emersi)*

**Numero di studenti da coinvolgere** (*da 1 a 5*):

**Attività di tirocinio - principali riferimenti agli insegnamenti fruiti dagli studenti** *(indicare, per cortesia, su quali contenuti principali sarà incentrato lo stage)*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Analisi dei dati per il marketing digitale II | Big data analytics - Data warehouse, flussi informativi, banche dati, dataset. Stutture delle banche dati e relazioni tra i data set.Data cleaning. Data mining. Text mining: un caso particolare di data mining.Sentiment analysis.  Tecniche di analisi multivarita- Tecniche di classificazione: cluster analysis e alberi di classificazione - Tecniche di riduzione delle dimensioni: analisi delle componenti principali; analisi delle corrispondenze multiple; analisi fattoriale.  Multidimensional scaling. Modelli multivariati: modello di regressione lineare. Modello di regressione logistica. Modelli per dati con struttura gerarchica. Cenno a modelli per dati in serie storica. |
|  | Diritto dell’economia digitale II | Elementi di diritto commerciale ed elementi di diritto industriale alla luce del diritto digitale. Diritto della impresa e informativa: start up e nuove srl. Regolazione della comunicazione commerciale ed internet. Profili di proprietà industriale nell'economia digitale. Il web e la Finanza alternativa: aspetti normativi. La valutazione dei siti web: cenni giuridici, contabili e fiscali. |
|  | Informatica II | Il corso fornisce competenze teoriche e pratiche per la progettazione di videocomunicazioni digitali da distribuire nella rete Internet e da visualizzare nell'ambiente Web. Le conoscenze acquisite attraverso l’apprendimento consentiranno di utilizzare software di video/image editing. Internet e Web. Lo scenario Social. La distribuzione dei contenuti. Immagini. Video |
|  | Analisi e profilazione degli acquirenti digitali – M1 | Brand trust and loyalty in the internet; Managing digital communities; Geotargeting; Salesforce Brand engagement in social media; Video storytelling; Communication and Editorial Planning; Case Histories |
|  | Analisi e profilazione degli acquirenti digitali – M2 | Search Marketing; Paid search; Media Planning e Social Media Advertising |

**Periodo di avvio dell’attività di stage** *(indicare, per cortesia, l’arco temporale in cui si prevedere di poter ospitare i tirocinanti, anche più esteso rispetto al monte ore previsto, al fine di migliorare l’appaiamento con gli studenti)*:

**Planning delle attività** *(fornire, per cortesia, una sintetica indicazione della programmazione delle attività previste durante il periodo di stage)*

**Modalità di svolgimento dello stage**:

[ ] Presenza

[ ] Mista

[ ] Distanza (solo smart-working)