



ISTITUTO CONFUCIO
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO
米兰国立大学孔子学院

PROGRAMMA DEL CORSO

13 aprile

“I media in Cina”

“I media cinesi su Internet”

Alessandra Lavagnino, Istituto Confucio dell’Università degli studi di Milano

20 aprile

“Internet in Cina: sfide e opportunità”

Bettina Mottura, Università degli studi di Milano

“La Technologically Mediated Communication. Il caso del cinese”

Clara Bulfoni, Università degli studi di Milano

27 aprile

“Fra comunicazione esterna e media relations”

Paola Catenaccio, Università degli studi di Milano

4 maggio

“I social media cinesi: istruzioni per l’uso”

Gianluigi Negro, China Media Observatory, Università della Svizzera Italiana

11 maggio

“Digital marketing e social media in Cina”

Rino Cannizzaro, Università degli studi di Milano

“Online branding e social media: tra verità e mito”

A cura di Adfor

18 maggio

“Le voci della rete: il public sentiment in Cina/Asia”

Stefano Iacus, Voices From the Blogs

25 maggio

“Celebrità e nuovi media: un’esplorazione delle strategie transmediali”

Giorgio Strafella, Università di St. Gallen

“I giornalisti cinesi e i social”

Emma Lupano, Università degli studi di Milano

1, 8, 15 giugno

Laboratorio di lingua cinese o inglese (a scelta) per i media

Dermot Heaney, Università degli studi di Milano

Natalia Riva, Università degli studi di Milano

Wang Li, Adfor