



IL PROGRAMMA

13 febbraio 2026

Ore 9 -13, online su Zoom

Introduzione al mercato cinese e al digital marketing in Cina

Panoramica utile a contestualizzare il mercato cinese nella sua dimensione economica, culturale e digitale.

- **Panoramica economica**
- **Scambi commerciali Italia - Cina e Tier System**
- **Sviluppo tecnologico ed ecosistema digitale cinese**
- **China Business Strategy con Alberto Antinucci, Imprenditore e Professore di Business Strategies in China ed Applied AI**
- **Il ruolo della comunicazione interculturale con Ilaria Mundula, Sinologa - Digital cross cultural marketing communication expert**
- **Q&A Session**

20 febbraio 2026

Ore 9 -13, online su Zoom

Marketing strategy e le principali piattaforme digitali cinesi

- **Scegliere la piattaforma adatta: comunicazione B2C e B2B in Cina**
- **BAIDU**

-
- **WECHAT**
 - **REDNOTE**
 - **DOUYIN**
 - **Q&A Session**

Influencer Marketing in Cina

- **Chi sono i KOL, KOC, KOP, KOS nel panorama cinese**
- **Le piattaforme più usate per l'influencer marketing**
- **Come scegliere l'influencer**
- **Come gestire la campagna**
- **Analisi dei risultati**
- **Q&A Session**

27 febbraio 2026

Ore 9.30 - 16, Milano (Via Privata Decemviri, 20) / online su Zoom

Workshop

Parte 1

- **Intervento del professore Andrea Monti, Esperto di internazionalizzazione – Professore di Economia aziendale e Marketing internazionale**

Parte 2

- **Suddivisione in gruppi e sviluppo del concept di una campagna in base alle indicazioni fornite**

Parte 3

- **Intervento conclusivo e consegna degli attestati**