UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

TECNOLOGIE DIGITALI, WEB MARKETING E SOCIAL NETWORK

Anno immatricolazione	2019/2020
Anno offerta	2019/2020
Normativa	DM270
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE DIGITALE
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	1°
Periodo didattico	Primo Semestre (30/09/2019 - 13/12/2019)
Crediti	12
Lingua insegnamento	

L'insegnamento è suddiviso

508822 - **TECNOLOGIE DIGITALI PER LA COMUNICAZIONE**

508829 - **TECNOLOGIE PER IL WEB MARKETING E SOCIAL NETWORK OPTIMIZATION**

UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

TECNOLOGIE DIGITALI PER LA COMUNICAZIONE

Anno immatricolazione	2019/2020
Anno offerta	2019/2020
Normativa	DM270
SSD	ING-INF/05 (SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE DIGITALE
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	1°
Periodo didattico	Primo Semestre (30/09/2019 - 13/12/2019)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	ITALIANO
Tipo esame	SCRITTO
Docente	LOMBARDI LUCA (titolare) - 6 CFU
Prerequisiti	Non sono richieste competenze specifiche di carattere tecnico. Sono da ritenere vantaggiose conoscenze relative alla realizzazione di siti web.
Obiettivi formativi	L'insegnamento mira a fornire strumenti e metodi per poter utilizzare i nuovi strumenti informatici.
Programma e contenuti	l modulo si propone di fornire allo studente i principi essenziali per la comprensione di Internet e le tecnologie basate su di esso. Inoltre verranno introdotti i principali problemi legati alla sicurezza informatica. In particolare, gli argomenti affrontati includono: Introduzione a Internet: Utilizzo delle reti di calcolatori.

Hardware e software di rete.

I livelli di riferimento per la modellizzazione delle reti.

Evoluzione di Internet.

Il Livello Applicazione:

L'architettura client-server e P2P.

Il Domain Name System.

La posta elettronica.

Il World Wide Web e il protocollo HTML.

La condivisione di file.

I livelli di trasporto e di rete:

I protocolli di trasporto di Internet (TCP e UDP).

Il protocollo IP.

Il Livello di collegamento e le reti locali:

Un esempio di rete: la rete Ethernet.

Reti locali, hub e bridge, firewall, NAT.

Reti Wireless.

Sicurezza nei sistemi informatici:

La sicurezza dei sistemi.

Attacchi informatici (virus e malware).

Autentificazione degli utenti.

Crittografia:

Algoritmi a chiave simmetrica.

Algoritmi a chiave pubblica.

	Realtà virtuale e trattamento di immagini per il web.
Metodi didattici	Lezioni frontali.
Testi di riferimento	James F. Kurose, Keith W. Ross, Reti di calcolatori e Internet - sesta edizione, Pearson 2014. Andrew S. Tanenbaum, Reti di calcolatori - quarta edizione, Addison Wesley 2003.
Modalità verifica apprendimento	L’esame è costituito da una prova scritta relativa alle parti del corso eventualmente integrabile con progetti/presentazioni concordate con il docente.
Altre informazioni	.
Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile	$lbl_legenda_sviluppo_sostenibile

UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2019/2020

TECNOLOGIE PER IL WEB MARKETING E SOCIAL NETWORK OPTIMIZATION

Anno immatricolazione	2019/2020
Anno offerta	2019/2020
Normativa	DM270
SSD	ING-INF/05 (SISTEMI DI ELABORAZIONE DELLE INFORMAZIONI)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE DIGITALE
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	1°
Periodo didattico	Primo Semestre (30/09/2019 - 13/12/2019)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	ITALIANO
Tipo esame	ORALE
Docente	COSTA PAOLO - 6 CFU
Prerequisiti	L'insegnamento è rivolto a studenti anche privi di specifica preparazione tecnica e non richiede competenze di programmazione, anche se la conoscenza dei concetti di base del Web (HTML, JavaScript ecc.) può aiutare lo studente a seguire il percorso proposto.
Obiettivi formativi	L'insegnamento si propone di presentare due attività fondamentali che caratterizzano il marketing in Rete: - Generazione di traffico, coinvolgimento, conversione - Analisi dell'audience Al termine del corso lo studente dovrà essere in grado di operare con gli strumenti di web publishing e web marketing per produrre contenuti conformi alle buone pratiche SEO e misurare le performance raggiunte.
Programma e contenuti	I contenuti del corso si sviluppano intorno ai seguenti argomenti: - Motori di ricerca (mercato delle ricerche online italiano e mondiale, funzionamento dei motori di ricerca con particolare riferimento a Google,

	scenari futuri) - Fattori di posizionamento - Keyword strategy e uso di Google Search Console - SEO in pagina (metadati, copy, lunghezza e struttura dei testi, immagini, link, sitemap) - Uso di plugin SEO per WordPress e altre piattaforme di web publishing. - SEO fuori pagina (backlink, uso dei social media) - Generazione di traffico non organico (Google Ads e Facebook Ads Manager) - Strumenti di web analytics e social media analytics (Google Analytics e Facebook Insight) e metriche correlate (reach, utenti unici, visualizzazioni, dati demografici, modelli di navigazione)
Metodi didattici	Il corso è organizzato alternando lezioni frontali, esercitazioni e discussioni di gruppo.
Testi di riferimento	Francesco De Nobili, SEO Google. La guida alla nuova SEO. Dagli intenti di ricerca al percorso di acquisto, Hoepli, Milano, 2019.
Modalità verifica apprendimento	L’esame consisterà in un colloquio della durata 15-20 minuti, finalizzato a verificare la comprensione della materia da parte dello studente, ossia i contenuti del testo di riferimento di Francesco De Nobili.
Altre informazioni	
Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile	$lbl_legenda_sviluppo_sostenibile