



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	<p>L'insegnamento si propone di presentare due attività fondamentali che caratterizzano il marketing in Rete:</p> <ul style="list-style-type: none">- Generazione di traffico, coinvolgimento, conversione- Analisi dell'audience <p>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.</p>
Programma e contenuti	<p>I contenuti del corso si sviluppano intorno ai seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none">- 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

[\\$Ibl legenda sviluppo sostenibile](#)