



# UNIVERSITÀ DI PAVIA

Anno Accademico 2021/2022

## TECNOLOGIE PER IL WEB MARKETING E SOCIAL NETWORK OPTIMIZATION

Anno immatricolazione	2020/2021
Anno offerta	2021/2022
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	2°
Periodo didattico	Secondo Semestre (28/02/2022 - 31/05/2022)
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"><li>- Generazione di traffico, coinvolgimento, conversione</li><li>- Analisi dell'audience</li></ul> <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"><li>- Motori di ricerca (mercato delle ricerche online italiano e mondiale, funzionamento dei motori di ricerca con particolare riferimento a Google,</li></ul>

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](#)