



WEB MARKETING E SOCIAL MEDIA: SEO, SEM, ANALYTICS

Anno immatricolazione	2016/2017
Anno offerta	2016/2017
Normativa	DM270
SSD	SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
Corso di studio	COMUNICAZIONE PROFESSIONALE E MULTIMEDIALITÀ
Curriculum	PERCORSO COMUNE
Anno di corso	1°
Periodo didattico	Primo Semestre (03/10/2016 - 17/12/2016)
Crediti	6
Ore	36 ore di attività frontale
Lingua insegnamento	Italiano
Tipo esame	SCRITTO E ORALE CONGIUNTI
Docente	COSTA PAOLO (titolare) - 6 CFU
Prerequisiti	L'insegnamento è rivolto a studenti anche privi di specifica preparazione tecnica (HTML, JavaScript ecc.) e non richiede competenze di programmazione, anche se la conoscenza dei concetti di base del Web 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: 1) Generazione di traffico, coinvolgimento, conversioni (traffic building, engagement, conversions) 2) Analisi quantitativa dell'audience (web analytics, social media intelligence)
Programma e contenuti	Il corso è articolato in tre moduli: 1) Generazione di traffico organico attraverso attività di tipo SEO (indicizzazione delle pagine tramite Google Search Console e Bing

	<p>Webmaster Tools, copy di testi e metadati, pubblicazione di mappe XML, ottimizzazione della struttura di navigazione, uso di plugin SEO con i principali strumenti di web publishing).</p> <p>2) Generazione di traffico non organico mediante Google AdWords e Facebook Ads Manager.</p> <p>3) Uso dei principali strumenti di analytics (Google Analytics, Facebook Insight e Twitter Analytics) e studio delle metriche correlate (reach, utenti unici, visualizzazioni, dati demografici, modelli di navigazione).</p>
Metodi didattici	<p>Il corso è di tipo pratico. Ogni argomento è organizzato intorno a una lezione che presenta i concetti fondamentali alla base di ogni argomento, seguita da semplici esercizi basati sull'utilizzo delle risorse disponibili.</p>
Testi di riferimento	<p>Francesco De Nobili, SEO Google. Guida al web marketing con gli strumenti di Google (Area51 Publishing, San Lazzaro di Savena, 2015).</p>
Modalità verifica apprendimento	<p>La prova è di tipo orale e consiste in un colloquio di circa 20 minuti. Gli studenti saranno interrogati rigorosamente nell'ordine di iscrizione online. Non è possibile fissare appelli straordinari oltre a quelli sopra indicati.</p>
Altre informazioni	
Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile	<p>\$1b legenda sviluppo sostenibile</p>