



## WEB MARKETING E SOCIAL MEDIA: SEO, SEM, ANALYTICS

<b>Anno immatricolazione</b>	2017/2018
<b>Anno offerta</b>	2018/2019
<b>Normativa</b>	DM270
<b>SSD</b>	SPS/08 (SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI)
<b>Dipartimento</b>	DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE E SOCIALI
<b>Corso di studio</b>	COMUNICAZIONE PROFESSIONALE E MULTIMEDIALITÀ
<b>Curriculum</b>	PERCORSO COMUNE
<b>Anno di corso</b>	2°
<b>Periodo didattico</b>	Primo Semestre (01/10/2018 - 14/12/2018)
<b>Crediti</b>	6
<b>Ore</b>	36 ore di attività frontale
<b>Lingua insegnamento</b>	Italiano
<b>Tipo esame</b>	ORALE
<b>Docente</b>	COSTA PAOLO (titolare) - 6 CFU
<b>Prerequisiti</b>	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.
<b>Obiettivi formativi</b>	L'insegnamento si propone di presentare due attività fondamentali che caratterizzano il marketing in Rete: – Generazione di traffico, coinvolgimento, conversioni Analisi quantitativa dell'audience
<b>Programma e contenuti</b>	Il corso è articolato in tre moduli: – Generazione di traffico organico attraverso attività di tipo SEO (indicizzazione delle pagine tramite Google Webmaster Tools e Bing Webmaster Tools, copy di testi e metadati, pubblicazione di mappe XML, ottimizzazione della struttura di navigazione, uso di plugin SEO

	<p>con i principali strumenti di web publishing).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Generazione di traffico non organico mediante Google AdWords e Facebook Ads Manager.</li> </ul> <p>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>
<b>Metodi didattici</b>	<p>L'insegnamento si realizzerà con lezioni frontali svolte mediante presentazioni (PowerPoint) proiettate su schermo, esercitazioni e letture. Si farà anche uso di strumenti online (Google Search Console, Google Analytics, WordPress).</p>
<b>Testi di riferimento</b>	<p>Francesco De Nobili, SEO Google. Guida al web marketing con gli strumenti di Google (Area51 Publishing, San Lazzaro di Savena, 2017)</p>
<b>Modalità verifica apprendimento</b>	<p>La prova d'esame consisterà in un colloquio in lingua italiana nel quale lo studente dovrà dimostrare la conoscenza argomenti e dei materiali esaminati durante il corso. A compendio di tali contenuti gli studenti – specie quelli non frequentanti – dovranno prepararsi sul testo di Francesco De Nobili, SEO Google. Guida al web marketing con gli strumenti di Google (Area51 Publishing, San Lazzaro di Savena, 2017). La prova potrà essere svolta in lingua inglese dagli studenti stranieri.</p>
<b>Altre informazioni</b>	
<b>Obiettivi Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile</b>	<p><a href="#">\$1b1 legenda sviluppo sostenibile</a></p>