# Web Marketing

## Prof. Mattia Ragni

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso ha l’obiettivo di presentare le diverse strategie per promuovere online un progetto web, dalla definizione degli obiettivi, alla selezione e al corretto utilizzo dei principali strumenti di web marketing.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di definire e una corretta strategia di Web Marketing, di utilizzare al meglio i principali strumenti operativi e di interfacciarsi con le diverse figure professionali coinvolte nella progettazione, lo sviluppo e la promozione di un progetto web.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Web Marketing

* Definizione
* Introduzione ai diversi strumenti
* Figure professionali coinvolte

Obiettivi e strategie

* Definizione degli obiettivi
* Transazioni, conversioni, eventi rilevanti
* Piano di web marketing
* Presenza online

Search Marketing

* Introduzione
* Selezione delle parole chiave
* SEO Search Engine Optimization
* Microdata
* Robots.txt
* Google Search Console
* Migrazione di siti web
* Google Ads – Rete di Ricerca

Advertising Online

* Display Advertising, obiettivi e formati
* Modelli di prezzo
* Google Ads – Rete dei contenuti
* Remarketing

Social Media Marketing

* Introduzione ai principali canali social
* Ottimizzazione e Gestione di una Pagina Facebook e di un profilo Instagram Business
* Pubblico e Target
* Facebook Business Manager
* Facebook Pixel
* Facebook e Instagram Ads
* Open Graph e ottimizzazione delle pagine web

E-mail Marketing

* Newsletter, DEM, e-mail transazionali, Spam
* Piattaforme per l’invio
* Gestione del database degli indirizzi
* Misurazione dei risultati

Web Analytics

* Metriche e KPI di base
* Google Analytics e strumenti di analisi
* Analisi del traffico web
* Analisi degli obiettivi
* A/B Testing

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Appunti delle lezioni, dispense e materiale divulgativo on-line.

Miriam Bertoli, *Web Marketing per le PMI (terza Edizione),* Hoepli 2018. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/miriam-bertoli/web-marketing-per-le-pmi-strategia-digitale-per-fare-business-con-facebook-seo-e-mail-co-9788820386146-673704.html)

Veronica Gentilini, *Facebook marketing plan,* Flaccovio 2017. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/veronica-gentili/facebook-marketing-plan-9788857906881-656950.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali in aula.

La prova d'esame consisterà in una prova finale scritta

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Esame scritto con test a risposte aperte e chiuse.

Il test scritto contribuisce per 30/30 al voto finale.

Mediante la prova scritta le studentesse e gli studenti dovranno dimostrare di conoscere le informazioni, le strategie e gli strumenti operativi trattati durante il corso;

Ai fini della valutazione concorreranno la pertinenza delle risposte, l’uso appropriato della terminologia specifica e la capacità di saper utilizzare concretamente gli strumenti operativi.

Per gli studenti non frequentanti (<75% ore) l’esame finale verterà sulle dispense, che verranno rese disponibili anche sulla piattaforma Blackboard, e su tutti i capitoli dei due libri di testo.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti. Si presuppone comunque una conoscenza dei principali Social Network e del loro utilizzo anche solo in ambito personale.

Software consigliato: durante il corso verranno utilizzare le principali piattaforme di Advertising e Web Analytics liberamente accessibili online.

COVID-19

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Mercoledì *su appuntamento.*

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)