# 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 in un progetto web

Obiettivi e strategie

* Presenza online
* Definizione degli obiettivi
* Piano di web marketing

Search Marketing

* Introduzione
* Selezione delle parole chiave
* SEO Search Engine Optimization
* Robots.txt e Sitemap.xml
* Google Search Console
* Migrazione di siti web
* Google Ads – Rete di Ricerca
* Creazione di una campagna Google Ads

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 di riferimento
* Business Manager
* Facebook Pixel
* Meta Ads
* Creazione di una campagna Facebook e Instagram
* Open Graph e ottimizzazione delle pagine web

Influencer Marketing

* Strategie di influencer marketing
* Ricerca, analisi e selezione degli influencer
* Esempi di influencer marketing

E-mail Marketing

* Newsletter, DEM, e-mail transazionali, Spam
* Gestione del database degli indirizzi
* Piattaforme per la gestione dell’Email Marketing
* 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***

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, *La pubblicità su Facebook e Instagram 50 consigli pratici per Ads di successo,* Flaccovio 2021. [Acquista da V&P](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/veronica-gentili/la-pubblicita-su-facebook-e-instagram-50-consigli-pratici-per-ads-di-successo-9788857908991-710766.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.

*Orario e luogo di ricevimento degli studenti*

Mercoledì *su appuntamento.*