



**AXL**

## **CORSO WEBMARKETING**

### **Programma da 60 ore**

<b>Modulo</b>		<b>Ore</b>
Web marketing	Introduzione al web marketing. Outbound marketing vs Inbound marketing. Cenni di SEM, SEO, SMO e SEA. La multicanalità. Da consumer a prosumer. Il Web 2.0. Il passa parola. Panoramica sui principali social network: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn. Social media e le aziende. La brand reputation. Il blog.	4
Facebook	Utilizzo ed impostazioni del profilo personale. Gestione della privacy. I gruppi. La pagina Facebook aziendale: caratteristiche, opportunità, costruzione di una pagina di prova. Facebook ads: la pubblicità su Facebook e su Instagram.	8
Personal branding	Reputazione online e social Media. Profilo LinkedIn: creazione, ottimizzazione, utilizzo. Esercitazione pratica: - attivazione account linkedin, ottimizzazione del profilo esistente, ricerca di offerte di lavoro, partecipazione ai gruppi, condivisione di contenuti, creazione e gestione della pagina aziendale.	4
I motori di ricerca	Indicizzazione e posizionamento. Come funziona un motore di ricerca. Terminologia: posizionamento organico e a pagamento, SERP, snippet, query, keyword. I fattori che influenzano indicizzazione e posizionamento. La scelta delle parole chiave: metodologie e strumenti. Principi di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). I testi. L'Html. I link.	4
Google Analytics	Che cosa è la web Analytics. Le analisi principali: dalle sessioni al tempo di permanenza, dai bounce alle sorgenti, dalla loyalty ai visitatori unici. Obiettivi. Eventi. Download file. Problematiche note.	8



Sito web	Costruire un sito web con il CMS Wordpress: installazione, struttura del sito, menu, articoli e categorie, realizzazione di pagine e post, inserimento dei contenuti. Ottimizzazione di contenuti e immagini. Usabilità, User Experience e Accessibilità. Don't make me think. Le sezioni di un sito. Landing page. Prodotti. Contatti. Ricerca e indice. Home page. Cos'è il linguaggio HTML.	20
Posizionamento Sponsorizzato	Google Adwords. Annunci a pagamento. Caratteristiche e canali della pubblicità online: Il pay per click. Il punteggio di qualità. Strutturare account, campagne e gruppi di annunci. Come si scrivono gli annunci. Ranking e quality score. Come effettuare il monitoraggio e l'ottimizzazione delle campagne. Remarketing.	4
SEO	Cos'è la SEO. Concetti base. Sitemap XML. Search Console. Ottimizzazione On page: meta tag, SEO tool.	8

## Programma da 40 ore

<b>Modulo</b>		<b>Ore</b>
Web marketing	Introduzione al web marketing. Outbound marketing vs Inbound marketing. Cenni di SEM, SEO, SMO e SEA. La multicanalità. Da consumer a prosumer. Il Web 2.0. Il passa parola. Panoramica sui principali social network: Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn. Social media e le aziende. La brand reputation. Il blog.	4
Facebook	Utilizzo ed impostazioni del profilo personale. Gestione della privacy. I gruppi. La pagina Facebook aziendale: caratteristiche, opportunità, costruzione di una pagina di prova. Facebook ads: la pubblicità su Facebook e su Instagram.	8
Personal branding	Reputazione online e social Media. Profilo LinkedIn: creazione, ottimizzazione, utilizzo.	4



	<p>Esercitazione pratica: - attivazione account linkedin, ottimizzazione del profilo esistente, ricerca di offerte di lavoro, partecipazione ai gruppi, condivisione di contenuti, creazione e gestione della pagina aziendale.</p>	
I motori di ricerca	Indicizzazione e posizionamento. Come funziona un motore di ricerca. Terminologia: posizionamento organico e a pagamento, SERP, snippet, query, keyword. I fattori che influenzano indicizzazione e posizionamento. Principi di ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO). I testi. L'Html. I link.	4
Google Analytics	Che cosa è la web Analytics. Le analisi principali: dalle sessioni al tempo di permanenza, dai bounce alle sorgenti, dalla loyalty ai visitatori unici. Obiettivi. Eventi. Download file. Problematiche note.	4
Sito web	Costruire un sito web con il CMS Wordpress: installazione, struttura del sito, menu, articoli e categorie, realizzazione di pagine e post, inserimento dei contenuti. Ottimizzazione di contenuti e immagini. Usabilità, User Experience e Accessibilità. Don't make me think. Le sezioni di un sito. Landing page. Prodotti. Contatti. Ricerca e indice. Home page. Cos'è il linguaggio HTML.	12
SEO	Cos'è la SEO. Concetti base. Sitemap XML. Search Console. Ottimizzazione On page: meta tag, SEO tool.	4