

## PROGRAMMA DEL CORSO

### DAL MARKETING TRADIZIONALE AL WEB MARKETING IL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION *settimana dal 7 all'11 maggio 2012*

Lunedì 7 maggio ore 18 - 21	<b>Dal marketing tradizionale al web marketing</b>	<p>Introduzione al web marketing          Analogie e differenze col marketing tradizionale          LE 3 FASI DEL WEB MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il Piano di marketing in rete</li> <li>• Progettare o riprogettare il sito web</li> <li>• Promozione del sito</li> </ul> <p>LE ATTIVITÀ DI WEB MARKETING (panoramica)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEM (search engine marketing)             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ SEO (search engine optimization)</li> <li>◦ SEA (search engine advertising)</li> </ul> </li> <li>• Social Media Marketing</li> <li>• Display Advertising</li> <li>• Affiliate Marketing</li> <li>• DEM (direct email marketing)</li> </ul>
Martedì 8 maggio ore 18 - 21	<b>Il SEO (Search Engine Optimization)</b> introduzione al seo parte strategica parte operativa	<p>PREMESSE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I motori di ricerca, una panoramica</li> <li>• I principali fattori di ranking</li> <li>• Le linee guida di Google</li> </ul> <p>LA STRATEGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pianificare una campagna SEO</li> <li>• La teoria della “long tail” applicata la SEO</li> <li>• Esempi e casi di successo</li> </ul> <p>PRIMA DI COMINCIARE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli strumenti per cominciare</li> <li>• Come scegliere le keyword</li> </ul>
Mercoldì 9 maggio ore 18 - 21		<p>IL SEO ON-PAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fattori di ranking in-document</li> <li>• Come strutturare un sito</li> <li>• Ottimizzazione del codice</li> <li>• Ottimizzazione dei contenuti (SEO Copywriting)</li> </ul>
Giovedì 10 maggio ore 18 - 21		<p>IL SEO OFF-PAGE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fattori di ranking off-document</li> <li>• Il PageRank</li> <li>• Il TrustRank</li> <li>• Costruire la link popularity</li> <li>• Ottimizzazione dei link inbound</li> <li>• Article Marketing</li> </ul>
Venerdì 11 maggio		Il Local SEO

ore 18 - 21		Monitorare i risultati Cenni di Black Hat SEO Come uscire da una penalizzazione di Google Riepilogo generale Domande libere
-------------	--	---

## SOCIAL SEO, SOCIAL MEDIA MARKETING E PR 2.0

### *settimana dal 14 al 18 maggio 2012*

Lunedì 14 maggio ore 18 - 21	<b>Il Social SEO</b> dalla ricerca alla ricerca sociale: scenari attuali e futuri	Introduzione al social SEO Il SMO, l'ottimizzazione SEO della pagina Facebook GOOGLE + A cosa serve? Apertura di un'account G+ G+ SEO (cenni) La Google Search Plus Scenari futuri possibili
Martedì 15 maggio ore 18 - 21	<b>Il Social Media          Marketing</b> social media optimization e pubbliche relazioni online	<b>LE SOCIAL PR</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il web 1.0 e 2.0</li> <li>• Le Pubbliche Relazioni online (Social PR o PR 2.0)</li> <li>• L'importanza della conversazione e dell'interazione</li> <li>• Definizione del posizionamento e della Nicchia</li> <li>• Definizione di target e obiettivi</li> <li>• L'importanza degli Influenzatori (opinione leader e opinion maker)</li> <li>• Segmentazione del target e sviluppo di una community</li> <li>• L'engagement e la sua importanza</li> <li>• La call to action e la sua importanza</li> <li>• Cenni sui meccanismi virali</li> <li>• Il Mobile: Smartphone, Android, I-Phone e I-Pad (cenni)</li> </ul>
Mercoledì 16 maggio ore 18 - 21		<b>I BLOG E I FORUM E LA NEWSLETTER</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cos'è un blog</li> <li>• La Nicchia e la sua importanza</li> <li>• Scenario di settore e posizionamento</li> <li>• Gli Influenzatori: Opinion leader e opinion maker</li> <li>• Le pubbliche Relazioni e i link: accessi e link popularity</li> <li>• Elementi del blog: Cosa scrivere e come scriverlo: definizione del target e degli obiettivi</li> <li>• Diversi tipi di blog</li> <li>• Promozione del blog</li> <li>• Case History</li> </ul>
Giovedì 17 maggio		<b>FACEBOOK</b>

<p>ore 18 - 21</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Account personale, pagine e gruppi</li> <li>• La Timeline (Diario) per account privati e brand</li> <li>• Attirare e segmentare fan e gestire la pagina. Il social PR e il ruolo degli influenzatori su Facebook</li> <li>• Il Like</li> <li>• L'Engagement e la Call to action</li> <li>• L'Edge Rank: L'algoritmo di Facebook:cos'è e come funziona</li> <li>• Best Practice per la pubblicazione dei post e interazione coi fan</li> <li>• Errori da evitare</li> <li>• L'Open Graph e l'interazione tra la pagina e il proprio sito.</li> </ul>
<p>Venerdì 18 maggio ore 18 - 21</p>		<p>GLI ALTRI SOCIAL NETWORK PRINCIPALI:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• LINKEDIN Scegliere e aumentare le connection su LinkedIn Ottimizzare il profilo LinkedIn Cenni sulla costruzione del CV online con LinkedIn</li> <li>• YOUTUBE Introduzione: l'importanza dei video Apertura di un canale Youtube Gestione di un canale YouTube Scaricare e caricare un video Youtube SEO: ottimizzare un video</li> <li>• TWITTER cos'è twitter e a cosa serve: Il ruolo degli influenzatori l'hashtag il reply, il retweet, il follow friday segmentare i follow aumentare i follower su twitter</li> <li>• FOURSQUARE A chi serve e quando si usa Aprire un account Foursquare Call to action e promozioni su 4sq</li> <li>• PINTEREST Che cos'è è perché sarà importante Il ruolo degli influenzatori e degli early adopter e power user</li> </ul>