UNIVERSITÀ DI PISA

TECHNOLOGIES FOR WEB MARKETING

LUCIA PASSARO

Academic year	2021/22
Course	DATA SCIENCE AND BUSINESS INFORMATICS
Code	537AA
Credits	6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
TECHNOLOGIES FOR WEB MARKETING	INF/01	LEZIONI	48	LUCIA PASSARO

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze
Lo studente che completa il corso con successo avrà una solida conoscenza sulle tecnologie utili alle decisioni di marketing sul web, su come fare advertising in modo efficace, su come tracciare gli utenti ed esplorare i dati di sintesi basati su metriche per il web, su come migliorare/personalizzare l'esperienza utente in un sito web, su come investire le risorse disponibili e su come misurare i risultati ottenuti usando tecnologie di web marketing.

Modalità di verifica delle conoscenze
Lo studente sarà valutato in base alla sua capacità di discutere i contenuti del corso usando la terminologia appropriata, e di applicare le tecniche e gli strumenti del web marketing ai casi di studio proposti.

Capacità
Lo studente sarà in grado di comprendere e classificare il gran numero di problemi che sorgono nel campo di applicazione del web marketing.

Modalità di verifica delle capacità
Agli studenti frequentanti sarà chiesto di lavorare a un progetto di gruppo volto a valutare le competenze nella progettazione di una campagna di marketing.
Agli studenti non frequentanti verrà chiesto di risolvere esercizi durante un esame scritto e una discussione orale.

Comportamenti
Lo studente sarà consapevole delle numerose questioni legali e di privacy legate al tracciamento del web, alla profilazione degli utenti e all'applicazione di strategie di pubblicità, personalizzazione e marketing dei social media.

Modalità di verifica dei comportamenti
Il comportamento etico e legale degli studenti sarà valutato durante lo sviluppo del progetto e/o all'esame orale.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
Qualche conoscenza di Internet come rete, e un po' di programmazione Internet (HTML, Javascript). Gli studenti devono essere fluenti in inglese (il corso fa parte di un corso di laurea in inglese).

Indicazioni metodologiche
Modalità: lezioni in lingua inglese
Attività per l'apprendimento:

- frequentare le lezioni
- partecipare ai seminari tenuti da aziende o professionisti esperti
- partecipare alle discussioni
- studio individuale
- esercizi (con strumenti gratuiti)
- progetto di gruppo

Frequenza: fortemente consigliata
Metodo di insegnamento:

- Lezioni
- Seminari tenuti da aziende o professionisti esperti

Saranno presentati casi di studio del settore, possibilmente durante i seminari, con la partecipazione attiva degli studenti. Verranno anche mostrati e utilizzati dagli studenti strumenti di web analytics e web marketing.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

Per web analytics si intende la raccolta, misurazione, analisi e reporting dei dati Internet (web, mobile, social media, e-mail), finalizzati all'ottimizzazione dei servizi digitali e alla comprensione profonda del cliente e del mercato. Il corso presenta metodi, algoritmi, strategie e strumenti di web analytics con diverse applicazioni. In particolare, il focus è sulla personalizzazione del web per migliorare la user experience; il web marketing e l'advertising per migliorare la visibilità; l'ottimizzazione dei motori di ricerca per migliorare il ranking; l'analisi dei social media per migliorare la raggiungibilità e capire le opinioni.

Bibliografia e materiale didattico

E' raccomandata la lettura di capitoli selezionati tratti da:
Michael Miller. The Ultimate Web Marketing Guide. Pearson, 2011.
Brian Clifton. Advanced Web Metrics with Google Analytics. Wiley, 2012 (3rd edition).
Avinash Kaushik. Web Analytics 2.0. Wiley, 2010.
Eric Enge et al. The Art of SEO. O'Reilly, 2012.
Bibliografia aggiuntiva sarà indicata sulla pagina web del corso.

Indicazioni per non frequentanti

Gli studenti non frequentanti non possono prendere parte al progetto. Tutto il resto rimane invariato.

Modalità d'esame

L'esame consiste in una parte scritta e una parte orale. La parte scritta dura 2 ore e comprende domande aperte ed esercizi. Ad ogni esercizio viene assegnato un punteggio. Gli studenti sono ammessi alla parte orale se il loro punteggio totale è di almeno 18/30. La parte orale consiste in domande aperte sugli argomenti del corso e sull'uso degli strumenti software. Gli studenti frequentanti possono sostituire la parte scritta con un progetto da svolgere in gruppo durante il corso. Durante l'esame orale, una discussione del progetto valuterà il contributo individuale dello studente al progetto di gruppo.
Esami online: In caso di restrizioni COVID-19, ci sarà solo un esame orale. Gli studenti si collegheranno alla stanza virtuale del corso e attiveranno sia il microfono sia la webcam. Su richiesta, gli studenti condivideranno i loro schermi. La prova orale inizierà con 4 domande di screening/piccoli esercizi riguardanti le nozioni di base dei contenuti del corso. L'orale sarà interrotto se 2 o più risposte saranno errate, e l'esame sarà considerato non superato.

Pagina web del corso

http://luciacpassaro.github.io/teaching/twm.html

Ultimo aggiornamento 07/12/2021 10:47