UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Web Marketing (blended)

2122-2-E2004P038

Area di apprendimento

1. Studio delle modalità mediante le quali si attua la comunicazione

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

Apprendimento di teorie, tecniche e strategie del web marketing, inteso sia come inbound marketing sia come content marketing. Apprendimento dei principali modelli concettuali, degli strumenti e dei differenti approcci metodologici.

Capacità di applicare conoscenze e comprensione

Applicazione dei concetti di base del web marketing teorico a diverse tipologie di contenuti online, a prodotti e servizi, grazie a case studies esemplificativi e alla testimonianza di esperti del settore.

Contenuti sintetici

Il corso mira a offrire strumenti, conoscenze e competenze per il web marketing, offrendo una prospettiva completa

sulle professioni e sulle tecniche di gestione del marketing online.

Verranno presentati casi di studio, ospiti provenienti da diverse aziende, esempi, attività formative in grado di sviluppare una visione di insieme delle attività di webmarketing e della sua integrazione in azienda.

Programma esteso

- Il ruolo del web marketing
- La lead generation
- Il funnel marketing
- Il target
- L’inbound marketing
- Il content marketing
- I diversi canali di lead generation
- Strumenti e tool
- Skill professionali per il web marketing
- Mail marketing
- Business model
- Monetizzazione
- Eventuali temi di approfondimento indicati dagli studenti

Prerequisiti

Nessuno

Metodi didattici

Attività laboratoriale

Gruppi di lavoro

Project work

Il corso integra una parte di aula tradizionale e contenuti digitali accessibili nell’insegnamento online.

Il Project work prevede la creazione di un articolo per blog, che rispetti determinate caratteristiche.

La realizzazione del Project work non è obbligatoria, ma offre la possibilità di incrementare il voto finale ed è vivamente consigliata sia ai frequentanti che ai non frequentanti.

L'attività didattica sarà erogata in presenza, salvo indicazioni diverse, nazionali e/o di Ateneo, dovute al protrarsi dell'emergenza COVID-19 e presenta una componente online composta da contenuti registrati e attività individuali, erogate tramite il forum nell'area e-learning.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Test scritto con domande a risposta multipla (28) e aperte (2).

Le domande a risposta multipla intendono verificare l’acquisizione delle conoscenze teoriche; le domande aperte intendono verificare la raggiunta capacità dello studente di presentare un piano efficace di web marketing o di affrontare uno specifico problema.

Nella piattaforma sono presentati alcuni esempi di domande.

Per i frequentanti è prevista la registrazione della frequenza (non obbligatoria) e una prova in itinere riservata, con domande differenti dalle prove tradizionali.

Il project work non è obbligatorio ma fornisce punti aggiuntivi all'intera prova, secondo le modalità indicate nello spazio e-learning, aggiornate ogni anno.

Testi di riferimento

L'elenco dei libri di testo potrà subire variazioni, sulla base della disponibilità dei testi e della reperibilità nei diversi punti di acquisto.

Nel caso un testo non sia reperibile in forma cartacea, è possibile utilizzare la versione digitale.

NB. Agli inizi del 2022 verrà pubblicato - salvo imprevisti - un nuovo testo che sostituirà il primo dei quattro indicati e verrà specificato nello spazio e-learning del corso.

Testi obbligatori:

- *Web Marketing for Dummies* di Luca Conti - (Hoepli, 2016)+
- *Il marketing plan vincente* di Allan Dib (Hoepli, 2017) +
- *Marketing 4.0* di Philip Kotler (Hoepli, 2017) +
- *Consulenti di WebMarketing (il primo manuale operativo per)* di Alessandro Mazzù (Dario Flaccovio Editore, 2020) *

+ Libro da studiare interamente - Nessuna parte esclusa

***** Attenzione: si consiglia la nuova edizione del 2020 perchè più completa e aggiornata. Di questo testo gli ultimi paragrafi sono facoltativi (=non vi sono domande d'esame), sebbene consigliati: **paragrafi 8-9-10-11, da pag. 405 a pag. 485**

Testi facoltativi di approfondimento:

- L. Vanin (Flaccovio editore), Public speaking online. L’acquisto di questo sito direttamente dal sito dell’editore https://www.darioflaccovio.it/ col coupon vanin offre uno sconto del 20% su prezzo di copertina
- A. Beltrami (Franco Angeli), Come promuovere la tua attività sul web senza pubblicità. 54 soluzioni di Content marketing pronte all'uso che funzionano anche senza budget
- M. De Veglia (Roi Edizioni), Zero concorrenti. Come usare il brand positioning per differenziarti e farti cercare dai clienti
- D. Priestley, (Giunti Editore), Tutto esaurito. Come avere la coda di clienti fuori dalla porta