



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

COURSE SYLLABUS

Web Marketing (blended)

2526-2-E2004P038

Area di apprendimento

3: Tecniche, strumenti e tecnologie della comunicazione.

Obiettivi formativi

Conoscenza e comprensione

Dal punto di vista delle conoscenze teoriche, il corso si pone l'obiettivo di fornire ai partecipanti uno schema di riferimento completo di tutti gli scenari del Marketing Digitale, imparando a riconoscere differenti approcci e strategie. Nello specifico, alla fine del corso, gli studenti avranno chiari in mente:

- Modelli di riferimento.
- Aree di attività nel WebMarketing (ad. es. seo, mail marketing, advertising, funnel marketing, content marketing, ecc.).
- Processi per favorire il processo di acquisto online e di vendita.
- Gestione della pipeline da estraneo a cliente ad ambassador e promotore.
- Ruolo e funzionalità dei diversi tipi di funnel.
- Trigger, strategie, meccanismi di gestione della comunicazione online strategica.
- Analisi dei processi psicologici di accesso ai diversi stadi (dal frontend al backend) e sistemi di monetizzazione.

Tali conoscenze possono essere raggiunte tramite lo studio dei testi indicati e la visione dei video tutorial e video lezioni presenti nello spazio E-Learning sin dall'inizio del corso.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Dal punto di vista dell'acquisizione di competenze pratiche, a seconda del tempo disponibile e del livello degli

iscritti al corso, sarà possibile sviluppare una serie di abilità operative piuttosto ricercate sul mercato, sviluppate a livello semi-professionale (ovviamente in relazione all'impegno e all'esercizio di ogni singola/o studente/essa). Nello specifico, il corso si pone l'obiettivo di offrire anche queste competenze:

- Scrittura in ottica SEO di un blog post di livello professionale
- Elaborazione di contenuti per i Social (ad esempio un carousel di Instagram, o un post per i social).
- Strutturazione e creazione di un funnel di marketing, anche con strumenti professionali.
- Selezione delle keyword per il posizionamento in Serp nei motori di ricerca.
- Lavoro di tema lato marketing.
- Selezione e ottimizzazione dei testi e delle immagini per il content marketing.

Le lezioni in aula e le attività online (in quanto il corso è blended e per il 50% viene svolto a distanza) puntano proprio alla creazione del contesto ideale per sperimentare e sviluppare queste competenze operative.

Contenuti sintetici

Programma esteso

Prerequisiti

Per l'a.a. 2025/2026 non sarà possibile selezionare questo insegnamento come iscrizione a Corso singolo. Esame non selezionabile dal piano di studi da parte di studenti non iscritti a Scienze Psicosociali della Comunicazione.

Metodi didattici

Modalità di verifica dell'apprendimento

Testi di riferimento

Sustainable Development Goals

IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
