

14 Gennaio 2016

## ***LinkedIn for Business***

1. *Apertura di una pagina aziendale*
  - 1.1. *Requisiti*
  - 1.2. *Creazione*
2. *Vantaggi di una pagina Aziendale*
3. *Come LinkedIn può aiutare il marketing*
4. *Consigli per usare meglio LinkedIn*

## ***YouTube for Business***

1. *Youtube: secondo motore di ricerca*
2. *Dati e numeri di Youtube: gli utenti, il mercato*
3. *Creare una campagna su Youtube*
4. *Campagne pubblicitarie Youtube*
5. *Casi di successo*
6. *Youtube Academy*

21 Gennaio 2016

## **CMS**

1. *Cos'è un CMS e Perché utilizzarlo*
2. *Caratteristiche*
3. *Il problema della gestione dei contenuti*
4. *Utilizzo*
5. *Pro e Contro*
  - 5.1. *Vantaggi*
  - 5.2. *Limiti*
6. *Wordpress*
  - 6.1. *Caratteristiche*
  - 6.2. *Multiblogging*
  - 6.3. *PlugIn*
7. *Wix*
  - 7.1. *HTML 5*
  - 7.2. *Plug In*
  - 7.3. *Programmazione Noob-Friendly*
  - 7.4. *Confronto tra wordpress & wix*

26 Gennaio

## **SEO**

1. *Cos'è e perchè è importante*
2. *Come funziona il motore di ricerca*
  - 2.1. *Crawling e Indicizzazione*
  - 2.2. *Query & risultati*
3. *SEM*
4. *Sviluppo web search engine friendly*
  - 4.1. *Struttura di link esplorabile dal crawler*
  - 4.2. *Rel="nofollow"*
  - 4.3. *[Keyword Usage & Targeting]*
  - 4.4. *Il dominio delle parole chiave*
  - 4.5. *Il mito della densità di parole chiave*
5. *Ottimizzazione On-Site*
  - 5.1. *Tag Title*
  - 5.2. *Meta Robots*
  - 5.3. *Meta Description*
6. *Struttura URL*
7. *Analisi della Parole Chiave*
  - 7.1. *Come attribuire un valore alle parole chiave*
  - 7.2. *"Coda lunga" della curva di domanda delle parole chiave*
  - 7.3. *La ricerca delle parole chiave*
  - 7.4. *Difficoltà della parole chiave*
8. *Aumentare Popolarità e link*
  - 8.1. *Le Basi per il link bulding*

4 Febbraio

## **Google Adwords**

1. *Cos'è Adwords*
  - 1.1. *Panoramica*
  - 1.2. *Targeting Annunci*
  - 1.3. *Controllo Costi*
  - 1.4. *Gestione Campagne*
  
2. *Reti pubblicitarie di Google*
  - 2.1. *Rete di Siti di ricerca*
  - 2.2. *Rete display*
  - 2.3. *Formati*
  
3. *La qualità degli annunci*
  - 3.1. *Aste*
  - 3.2. *Elementi di valutazione*
    - 3.2.1. *Punteggio di qualità*
    - 3.2.2. *Ranking*
  
4. *Che cosa Paghi*
  - 4.1. *CPC costo per click*
  - 4.2. *CPM costo per mille impressioni*
  - 4.3. *CPA costo per acquisizione*
  
5. *La scelta di un tipo di campagna*
  - 5.1. *Rete di ricerca*
  - 5.2. *Rete display*
  
6. *Strutturare una campagna*
  - 6.1. *Account*
  - 6.2. *Campagne e gruppi di annunci*

7. *Targeting annunci*
  - 7.1. *Targeting Parola chiave*
  - 7.2. *Targeting rete display*
    - 7.2.1. *Parola chiave*
    - 7.2.2. *Argomenti*
    - 7.2.3. *Segmenti*
    - 7.2.4. *Categorie di interesse*
    - 7.2.5. *Remarketing*
    - 7.2.6. *Dati demografici*
    - 7.2.7. *Targeting per lingua*
8. *Impostazione dei Budget*
9. *Strumenti di Pianificazione*

11 Febbraio

## ***Google Analytics***

- 1. Perché è importante la web Analytics*
- 2. Cos'è Google Analytics*
- 3. Google Tag Assistant*
- 4. Creazione di un account*
- 5. Monitoraggio sito web/app*
- 6. Codice Analytics*
- 7. Rapporti di Analytics*
- 8. Creazione obiettivo*
- 9. Funnel*

18 Febbraio

*Laboratorio Pratico*