

# PROGRAMMA DEL CORSO DI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

## SETTORE SCIENTIFICO

ING-INF/05

## CFU

9

## RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- /\*\*/*  
Conoscenza e capacità di comprensione dei termini e delle tecniche di SEO
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso l'abilità di analizzare i contesti.
- Autonomia di giudizio attraverso l'abilità di analizzare i casi e di applicare dei pattern (studiati durante il corso e acquisiti).
- Abilità comunicative: gli studenti dovranno attraverso l'esposizione, argomentare le scelte fatte utilizzando un linguaggio appropriato coerentemente con le lezioni erogate.
- Capacità di apprendimento: agli studenti viene richiesto di adottare un metodo di apprendimento critico capace di connettere competenze teoriche e analisi empirica, orientandosi alla specificazione di un pensiero autonomo.

## MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

- /\*\*/*  
Lo studente per superare l'esame può scegliere di effettuare l'esame orale presso la sede dell'Ateneo o la prova scritta in tutte le sedi di Italia, ivi compreso Roma.
- Il test finale si compone di 31 domande a risposta multipla con 4 possibili risposte.
- Le domande di esame siano esse orali o scritte, coerentemente con i risultati di apprendimento attesi, sono finalizzate a misurare la preparazione acquisita in relazione a
- Conoscenza e capacità di comprensione attraverso domande sul programma del corso
  - Capacità di applicare conoscenza e comprensione attraverso domande specifiche che consentano la valutazione rispetto a casi concreti
  - Autonomia di giudizio attraverso domande che presuppongano la valutazione autonoma in ordine alla scelte da compiere
- Gli esercizi e gli elaborati di Didattica erogativa consentono invece di verificare i risultati di apprendimento raggiunti rispetto alle abilità comunicative e alla capacità di apprendimento.

## MODALITÀ DI ISCRIZIONE E DI GESTIONE DEI RAPPORTI CON GLI STUDENTI

/\*\*/

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA EROGATIVA (DE)**

54 Videolezioni + 40 test di autovalutazione

Impegno totale stimato: 324 ore

### **ATTIVITÀ DI DIDATTICA INTERATTIVA (DI)**

/\*\*/

Redazione di un elaborato su traccia del docente

Partecipazione a una web conference

Svolgimento delle prove in itinere con feedback

Svolgimento della simulazione del test finale

Impegno totale stimato: 9 ore

### **ATTIVITÀ DI AUTOAPPRENDIMENTO**

/\*\*/

162 ore per lo studio individuale

### **LIBRO DI RIFERIMENTO**

SEO e SEM. Guida avanzata al Web marketing” di Marco Maltraversi.

“Il valore dei dati nell’ecosistema digitale” – 2019, EDITORIALE NOVANTA di Alessandro Alongi e Fabio Pompei

“FakeDemocracy” - 2020, EDITORIALE NOVANTA di Alessandro Alongi e Fabio Pompei

“L’arte della SEO” di Nereo Sciutto, Enrico Chiodino, Nico Guzzi Valentina Orlandi e Gabriele Toschi.

### **OBIETTIVI**

Il corso Search Engine Optimization (S.E.O.) - Search Engine Optimization - “ottimizzazione per i motori di ricerca“, intende fornire una panoramica delle strategie e pratiche volte ad aumentare la visibilità di un contenuto Internet migliorandone la posizione nei risultati dei motori di ricerca, nei risultati non a pagamento (organici).

Il corso affronterà:

- SEO on page e SEO off page
- il tema dell'ottimizzazione della struttura dei siti, del codice HTML, dei contenuti testuali, la gestione dei link in entrata ed in uscita.
- lo studio degli algoritmi di Google per facilitare l'indicizzazione
- inquadramento teorico complessivo sulla sociologia della comunicazione
- Search Engine Marketing (marketing attraverso i motori di ricerca) - disciplina più ampia che incorpora la SEO
- search engine advertising (SEA) - pagamento diretto ai motori di ricerca per comparire nei risultati
- la scelta delle keyword

Verranno fornite, inoltre, conoscenze di base sulle principali tecniche di Link Building e Guest Blogging e verranno affrontati taluni aspetti legali concernenti il governo di Internet (in termini sostanziali e processuali), tutela della riservatezza sul web, responsabilità dei provider e disinformazione online.

## **PROGRAMMA DIDATTICO**

- 1 - STORIA DEL CALCOLO AUTOMATICO - DALLE ORIGINI ALL' 800 (Prof. F. Sciarrone)
- 2 - IL NOVECENTO (Prof. F. Sciarrone)
- 3 - CODIFICA E RAPPRESENTAZIONE DELL'INFORMAZIONE NUMERICA (Prof. F. Sciarrone)
- 4 - ALGEBRA DEL CALCOLATORE (Prof. F. Sciarrone)
- 5 - LE IMMAGINI (Prof. F. Sciarrone)
- 6 - LA COMPRESIONE DEI DATI (Prof. F. Sciarrone)
- 7 - VIDEO (Prof. F. Sciarrone)
- 8 - ARCHITETTURA DI UN ELABORATORE (Prof. F. Sciarrone)
- 9 - IL MICROPROCESSORE (Prof. F. Sciarrone)
- 10 - LA MOTHERBOARD (Prof. F. Sciarrone)
- 11 - LA MEMORIA (Prof. F. Sciarrone)
- 12 - MEMORIA SECONDARIA (Prof. F. Sciarrone)
- 13 - IL SISTEMA OPERATIVO (Prof. F. Sciarrone)
- 14 - EVOLUZIONE DEI SISTEMI OPERATIVI (Prof. F. Sciarrone)
- 15 - ARCHITETTURA DEI SISTEMI OPERATIVI (Prof. F. Sciarrone)
- 16 - IL WEB E LE RETI (Prof. F. Sciarrone)
- 17 - MODELLI E ARCHITETTURE DI RETE (Prof. F. Sciarrone)
- 18 - SEGNALE E CANALE DI COMUNICAZIONE (Prof. F. Sciarrone)
- 19 - RETI E MEZZI TRASMISSIVI (Prof. F. Sciarrone)
- 20 - INTERNET (Prof. F. Sciarrone)
- 21 - INTRODUZIONE AI MODELLI DEI DATI (Prof. F. Sciarrone)
  
- 22 Introduzione alla SEO
- 23 HTML: concetti di base
- 24 HTML 5
- 25 Motori di ricerca e le loro funzionalità
- 26 Strategia, pianificazione e Web Marketing
- 27 L'inizio dell'ottimizzazione on page

- 28 Siti web ottimizzati SEO
- 29 Web project SEO
- 30 Ottimizzazione di un web project SEO
- 31 Siti multilingua per la SEO
- 32 Copywriting e persuasione sul web
- 33 Strategie off page
- 34 Google e i servizi dei motori di ricerca
- 35 Evoluzione del posizionamento
- 36 SEO e penalizzazioni
- 37 Black Hat e Tool SEO
- 38 Esempi e casi studio di alcuni progetti SEO
- 39 SEO per Wordpress
- 40 I Contenuti
- 41 Google deve dimenticare? Il diritto all'oblio sul web (Intervista con A. Alongi)
- 42 Azioni a tutela dell'oblio: aspetti processuali sottesi alla cancellazione delle informazioni personali sul web (Intervista con A. Alongi)
- 43 L'importanza dei dati nell'ecosistema digitale (Intervista con A. Alongi)
- 44 Aspetti problematici relativi al governo dei dati sul web (Intervista con A. Alongi)
- 45 La responsabilizzazione dei provider per i contenuti illeciti (Intervista con A. Alongi)
- 46 Introduzione alle fake news (Intervista con A. Alongi)
- 47 Le pratiche scorrette per aumentare gli accessi ai siti: il caso delle fake news (Intervista con A. Alongi)
- 48 Introduzione al lead journey e customer journey (Intervista con Mik Cosentino)
- 49 Infomarketing: come creare informazioni e content per attrarre, acquisire, nutrire leads e tramutarli in clienti (Intervista con Mik Cosentino)
- 50 SEO, aspetti legali e privacy (Intervista con F. Bassa)
- 51 SEO e aspetti contrattuali online (Intervista con B. D'Alessandro)
- 52 SEO, la figura del DPO (Intervista con F. Bassa)
- 53 SEO, Web reputation (Intervista con F. Bassa)
- 54 SEO: privacy, analytics e cookie (Intervista con G. Crea)