

Dal web 1.0 al Web 4.0. Il problema dell'anonimato e la protezione della privacy. Il mobile Web. I Big Data, potenzialità e limiti.

Introduzione ad HTML e ai linguaggi di markup. Progettazione di un sito Web. Progettazione sensibile alle caratteristiche del dispositivo (responsive). Creazione di uno schema unificato per la presentazione di un sito Web. Il concetto di accessibilità. Le fasi della progettazione di un sito Web. Identificazione dei contenuti di un sito Web. Analisi degli stakeholder. Creazione della storyboard di un sito Web. Pubblicazione di un sito Web.

Il concetto di digital planning, il funnel, l'internet marketing tree, B2B e B2C, le buyer personas, i giornali digitali e la loro monetizzazione, gli indicatori di successo. Analytics e A/B Testing.

Inbound marketing: che cos'è, focus su Social e Search, focus sui concetti di organico e advertising/performance/sponsored, focus sul concetto di algoritmo.

Il web "oligarchico" di oggi: Google, Facebook, Amazon, Apple e i canali emergenti.

Breve storia dei motori di ricerca: Origini, Vittoria ed evoluzioni di Google. L'algoritmo di Google.

Come fare SEO on-page, come fare SEO off-page. Google Ads e differenze tra Search, Display e Video.

Breve storia dei social media: dai prosumers e il Cluetrain Manifesto, al Community Management e gli User Generated Content.

I social media più usati di oggi: Facebook, Instagram, LinkedIn. Tipologie di pubblico, algoritmi e differenze di linguaggio da adottare. I sistemi di targeting per l'advertising.

---

## Bibliografia:

- <https://books.google.it/books?id=Mb1ODwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketing+editoria&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjlo8yJ8tHfAhWEfiwKHVfcCpQQ6AEISjAG#v=onepage&q&f=false>
- [https://books.google.it/books?id=fsE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjg\\_9XU8dHfAhWICCwKHd2fBDA4ChDoAQg5MAM](https://books.google.it/books?id=fsE2DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjg_9XU8dHfAhWICCwKHd2fBDA4ChDoAQg5MAM)
- [https://books.google.it/books?id=lnEyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjg\\_9XU8dHfAhWICCwKHd2fBDA4ChDoAQg\\_MAQ#v=onepage&q=social%20media%20marketing&f=false](https://books.google.it/books?id=lnEyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjg_9XU8dHfAhWICCwKHd2fBDA4ChDoAQg_MAQ#v=onepage&q=social%20media%20marketing&f=false)
- <https://books.google.it/books?id=w54TogEACAAJ&dq=benedetto+motisi&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwj-xKL48NHfAhWPpYsKHZ5YCZEQ6AEIKTAA>
- <https://books.google.it/books?id=Jtd1DwAAQBAJ&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjcwMu98dHfAhWNwosKHR1ABpEQ6AEILjAB>
- <https://books.google.it/books?id=67ulCgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Giulio+Xhaet%22&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwiy2LnZ8NHfAhXnllsKHeSqAWEQ6AEIMDAB>
- <https://books.google.it/books?id=enBUDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Giulio+Xhaet%22&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwiy2LnZ8NHfAhXnllsKHeSqAWEQ6AEIKTAA>
- <https://books.google.it/books?id=KbAvDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=search+engine+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjY2Pbo8dHfAhUtlIsKHZhpC9QQ6AEIPDAD#v=onepage&q=search%20engine%20marketing&f=false>
- <https://books.google.it/books?id=loBiDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=social+media+marketing&hl=it&sa=X&ved=0ahUKEwjcwMu98dHfAhWNwosKHR1ABpEQ6AEITTAH#v=onepage&q=social%20media%20marketing&f=false>

----

[Gaetano Biondo](#)

Classe 1987, messinese, giornalista pubblicista, risiede in Canton Ticino (Svizzera) dal 2012, dove ha fondato l'agenzia di marketing e comunicazione [Linkfloyd](#), nonché la startup

[Mammaltalia](#), un'app che permette di trovare prodotti alimentari italiani nel Mondo. Nella sua carriera, ha prodotto e revisionato strategie, contenuti e campagne per oltre 150 PMI e grandi aziende, tra il territorio elvetico, l'Italia e la Spagna. È stato, inoltre, Guest Lecturer in Branding (2017 e 2018) presso la Henley Business School della University of Reading (Regno Unito).

Dopo aver conseguito la Laurea Triennale in "Scienze dell'Informazione: Editoria e Giornalismo" presso l'Università di Messina, ha proseguito gli studi in direzione economico/aziendale, ottenendo la Laurea Specialistica in Sociologia Economica (Risorse Umane e Organizzazione Aziendale) presso l'Università di Catania, un Master in Digital Marketing presso BizUp/Unicusano, e l'Executive Master in Business Administration presso l'USI - Università della Svizzera Italiana.

