

FACOLTÀ: PSICOLOGIA

CORSO DI LAUREA: PSICOLOGIA

INSEGNAMENTO: WEB CONTENT MARKETING

CFU: 6

ANNO DI CORSO: I o II

NOME DOCENTE: FABRIZIO DI PIERRO

Indirizzo e-mail: fabrizio.dipierro@uniecampus.it

I docenti possono essere contattati attraverso la sezione *Ricevimento docenti*, presente nell'area riservata del sito di Ateneo, che comprende *Ufficio virtuale*, *Sistema di messaggistica* e *Ricevimento Telefonico*.

Per le comunicazioni scritte bisogna utilizzare il *Sistema di Messaggistica*.

Orario ricevimento on line:

Ufficio virtuale: Martedì dalle 14.00 alle 15.00 (si consiglia di prendere appuntamento tramite sistema di messaggistica)

Ricevimento telefonico: Martedì dalle 15.00 alle 16.00 (si consiglia di prendere appuntamento tramite sistema di messaggistica)

RISULTATI DI APPRENDIMENTO DELL'INSEGNAMENTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di far conseguire allo studente i seguenti risultati di apprendimento:

1. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione
 - a. Imparare le migliori tecniche di web e content marketing
 - b. Fornire nozioni e tecniche per sviluppare contenuti efficaci per il web
2. Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate
 - a. Conoscere i principali strumenti di utilizzo per l'ottimizzazione dei contenuti sul web
 - b. Rendere accattivante e persuasivo un contenuto web attraverso l'uso di strumenti messi a disposizione per il web
3. Con riferimento all'autonomia di giudizio
 - a. Riuscire a rendere usabile e di facile lettura il fenomeno della scrittura sul web;
 - b. Mettere in evidenza i rischi di una cattiva comunicazione contenutistica e riuscire a comprendere l'effetto negativo che può causare un contenuto fatto male su un portale / sito
 - c. Criteri per la definizione di contenuti di qualità
4. Con riferimento alle abilità comunicativa
 - a. Riuscire a definire contenuti di qualità secondo le tecniche web;
 - b. Principi di funzionamento di una community

5. Con riferimento all'abilità ad apprendere
 - a. Principali indici statistici qualitativi e quantitativi per il web
 - b. Tecniche di content marketing che fanno uso dei nuovi media per promuovere un servizio
-

PROGRAMMA DETTAGLIATO

I principali contenuti del corso sono i seguenti:

1. Principi di marketing tradizionale
 2. Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo
 3. Tecniche e strumenti di direct marketing su internet
 4. Copywriting base
 5. Copywriting seo
 6. Persuasive copywriting e landing page
 7. Visual storytelling
 8. Tecniche di content marketing che fanno uso dei nuovi media per promuovere un servizio
-

EVENTUALI PROPEDEUTICITA' CONSIGLIATE:

Nessuna

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO ESAME

L'esame si svolge a scelta dello studente in modalità scritta, attraverso una prova costituita da domande a risposta chiusa e aperta con eventuale orale integrativo, o in modalità orale, in base a quanto previsto dal *Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto* consultabile sul sito dell'Ateneo, al seguente link.

[Regolamento per lo svolgimento degli esami di profitto](#)

CRITERI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

- Con riferimento alla conoscenza e capacità di comprensione applicate, le esercitazioni svolte in itinere durante il corso sono svolte ad accertare la capacità di applicare i concetti studiati all'analisi di situazioni di vita quotidiana e a promuovere lo studio graduale e continuativo dei materiali didattici.
- Con riferimento alle conoscenze e capacità di comprensione, la prova scritta è volta ad accertare la conoscenza dei principali argomenti trattati nell'ambito delle lezioni. In particolare, attraverso i quiz o domande a risposta chiusa si verificherà il possesso delle capacità di comprensione di base e delle competenze fondamentali. Dall'esito invece delle domande a risposta aperta, che prevedono la trattazione più articolata e approfondita, sia pure in forma sintetica, di questioni, temi e problemi

oggetto delle lezioni, sarà possibile apprezzare le capacità di comprensione applicate.

- Con riferimento all'autonomia di giudizio, l'orale facoltativo è volto ad offrire la possibilità di dimostrare ulteriormente la capacità di analisi critica dei temi trattati.
- Con riferimento alle abilità comunicativa, la capacità di rispondere in modo pertinente, sintetico e completo alle domande del compito, così come le capacità di esposizione e argomentazione orale evidenziano il livello delle abilità comunicative.
- Le abilità ad apprendere sono rilevate trasversalmente nella qualità del compito e dell'interrogazione orale, con particolare riferimento alla capacità di impostare il discorso nelle domande ampie e di focalizzare i contenuti più significativi nell'organizzazione delle risposte

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEL VOTO FINALE

Sulla base dei criteri di valutazione sopra indicati, l'attribuzione del voto finale avviene attraverso i seguenti criteri:

- 1) Criteri di attribuzione del voto alla prova scritta:
 - a) le risposte alle domande aperte sono valutate su scala da 0 a 3 punti, secondo i seguenti criteri:
 - 0 = risposta mancante, errata o priva di elaborazione personale;
 - 1 = prevalgono elementi non corretti a fronte di pochi elementi corretti;
 - 2 = la risposta è corretta ma esposta in modo non particolarmente efficace o incompleto;
 - 3 = risposta corretta e ben esposta;
 - b) le risposte alle domande chiuse sono valutate su scala dicotomica 0/1.
- 2) Criteri di attribuzione del voto alla prova orale:
 - a) 0/30 – 17/30: prevalenza di argomentazioni non corrette e/o gravemente incomplete e scarsa capacità espositiva;
 - b) 18/30 – 21/30: prevalenza di argomentazioni corrette con elementi imprecisi o scorretti e sufficientemente esposte;
 - c) 22/30 – 26/30: argomentazioni corrette e ben esposte;
 - d) 27/30 – 30/30 e lode: conoscenza approfondita della materia ed elevata capacità espositiva, di approfondimento e di rielaborazione.

MATERIALE DIDATTICO

Rock'n'blog. Diventa una rockstar della comunicazione digitale di Riccardo Scandellari, 2018, Mondadori Electa.

Il testo indicato è ampiamente trattato nella slide, in ogni caso se ne raccomanda la lettura per una maggiore comprensione.

ATTIVITÀ DIDATTICHE

Il materiale didattico del corso consta di slide in PowerPoint, di audio e videolezioni (didattica erogativa), nonché di **15 esercitazioni obbligatorie** (che vanno a costituire il *portfolio delle esercitazioni* dello studente) il cui svolgimento consente di ottenere un bonus variabile, da un minimo di 0 ad un massimo di 3 punti, che verrà considerato al momento della valutazione finale, a condizione che la prova d'esame raggiunga il punteggio di almeno 18/30. Il materiale didattico è composto inoltre da esercitazioni facoltative, quiz, Wikiecampus e C-MAP.

