

PROGRAMMA
CLASSE III A WEB COMMUNITY
Materia Informatica
Docente Giancarlo Noto

Unità di apprendimento
UdA n. 1: Il marketing
UdA n. 2: Brand identity
UdA n. 3: Il diritto d'autore
UdA n. 4: Neuromarketing
UdA n. 5: Copywriting
UdA n. 6: Digital strategy e inbound marketing

UdA n. 1: Il marketing

Definizione

Periodi evolutivi

 Orientamento alla produzione

 Orientamento al prodotto

 Orientamento alle vendite

 Orientamento al cliente

Marketing digitale

UdA n. 2: Brand identity

Introduzione

Marchi forti e deboli

Marchi patronimici

Marchi non convenzionali

Segni distintivi

La ditta, il logo e i nomi a dominio

Perché registrare un marchio

Vantaggi della registrazione

La licenza

I requisiti di validità

Le caratteristiche dei marchi

Controlli preliminari alla registrazione

La compilazione della domanda

La procedura di registrazione

UdA n. 3: Il diritto d'autore

Il diritto d'autore

La legge n. 633 del 1941

il diritto d'autore e lo streaming

Il diritto d'autore e il web

Le licenze software

Differenza tra software libero, open source e proprietario

I reati contro la proprietà industriale

UdA n. 4: Neuromarketing

Introduzione

La teoria dei tre cervelli

Bias cognitivi (Effetto esca, effetto ancora, scelta di Hobson, effetto di posizione, bisogno di certezza)

La pubblicità e le emozioni

Le leggi della persuasione di R. Cialdini

UdA n. 5: Copywriting

Cos'è il copywriting

Come iniziare

Il modello AIDA (attenzione, Interesse, desiderio, azione)

UdA n. 6: Digital strategy e inbound marketing

La pubblicità: inbound e outbound

Google ads: rete search e display

Strumenti digitali

Lead generation

Funnel

Landing page

Realizzazione landing page con canva e interacty

Il Docente

