



ANNO ACCADEMICO 2024/2025

| | |
|--------------------------------|---|
| Titolo dell'attività: | GOOGLE ADS CON MIDSUMMER AGENCY |
| Tipo di attività: | Seminario laboratoriale |
| Corsi di studio interessati | Economia Manageriale |
| Docente referente: | Prof. Giuseppe Melis |
| Posta elettronica: | gemelis@unica.it |
| Numero di crediti: | 3 |
| SSD: | SECS-P/08 |
| Altri contatti di riferimento: | Roberta Pinna, Francesca Cabiddu, Cinzia Dessì, Michela Floris, Daniela Pettinao |
| Programma dell'attività: | <p>15 maggio 2025 - I GIORNATA (teorico):</p> <ul style="list-style-type: none">● Introduzione al seminario e presentazioni● Introduzione alla pubblicità online● L'interfaccia Google Ads● Come funziona il sistema l'ad rank di Google● 3 pilastri di una strategia di successo (keywords, ad copies e landing pages)● Struttura di una campagna sulla rete search di Google● Targeting: località, lingua, dispositivi, pubblici● Gestione di budget e offerte● Introduzione ai principali strumenti (Google Keyword Planner, Google Suggest, Google Trends) <p>22 maggio 2025 - II GIORNATA (lavoro di gruppo):</p> <ul style="list-style-type: none">● Definizione dei gruppi di lavoro e assegnazione brief● Setup di una campagna pubblicitaria da zero<ul style="list-style-type: none">○ Analisi di mercato○ Analisi dei competitors○ Ricerca delle parole chiave○ Scrittura di annunci○ Creazione campagna su interfaccia Google Ads <p>29 maggio 2025 - III GIORNATA (teorico + lavoro di gruppo):</p> <ul style="list-style-type: none">● Principi base dell'analisi dei dati● Introduzione a Key Performance Indicators, metriche e segmenti● Laboratorio sull'analisi dei dati |
| Prerequisiti: | <ul style="list-style-type: none">- Conoscenza lingua inglese (b2)- Computer portatile (almeno 1 per ogni gruppo)- Conoscenza di excel / word (oppure Google Sheets e Google Docs) |



| | |
|-------------------------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Un indirizzo email gmail attivo e funzionante- Aver sostenuto l'esame di marketing e comunicazione nel corso di Economia Manageriale e gli esami di marketing strategico e marketing operativo nel corso di laurea di Economia e Gestione aziendale. |
| <i>Obiettivi formativi:</i> | <p><u>Fondamenti teorici:</u> introdurre gli studenti ai principali concetti e strumenti del Search Engine Marketing e Google Ads, permettendo loro di comprendere le dinamiche del posizionamento degli annunci nei risultati, del sistema d'asta, e l'importanza di una strategia ben strutturata su Google Search.</p> <p><u>Pratica e interazione:</u> durante il laboratorio, i partecipanti avranno l'opportunità di sperimentare in gruppi la creazione di campagne pubblicitarie, analizzando il cliente, mercato e concorrenti sulla base di un brief ricevuto.</p> <p><u>Approfondimento sulle metriche:</u> i partecipanti verranno introdotti alle metriche fondamentali di Google Ads (Key Performance Indicators) e comprenderanno l'importanza del tracciamento delle conversioni, nonché l'uso di strumenti di reporting.</p> <p><u>Analisi e reporting:</u> attraverso un'approccio teorico e pratico, gli studenti apprenderanno come analizzare i dati delle campagne pubblicitarie, creare report significativi e interpretare gli insight per pianificare i prossimi passi.</p> <p><u>Competenza con gli strumenti:</u> oltre a Google Ads, i partecipanti avranno modo di familiarizzare con una serie di strumenti correlati, come Google Keyword Planner, e scoprire potenziali applicazioni a supporto del marketing digitale.</p> |
| <i>Numero massimo di studenti:</i> | 30 del Corso di laurea in Economia Manageriale |
| <i>Testi e letture consigliate:</i> | Ripasso dei concetti studiati nell'esame di marketing |



| | |
|---|--|
| <p><i>Modalità di verifica finale:</i></p> | <p>La verifica finale verrà fatta valutando alla fine degli incontri un progetto sulla base del brief assegnato nel corso delle due giornate di laboratorio che preveda due parti ben distinte:</p> <ul style="list-style-type: none">- pianificazione e creazione di una campagna pubblicitaria all'interno della piattaforma google ads;- analisi e interpretazione dei dati di performance di una campagna pubblicitaria all'interno di un foglio di calcolo excel. <p>L'elaborato sarà valutato da una commissione composta dai docenti proponenti il seminario e il team Midsummer Agency.</p> <p>I progetti verranno valutati sulla base dei seguenti criteri:</p> <ul style="list-style-type: none">- <u>Coerenza</u>: il progetto deve essere coerente con il brief di campagna fornito ai diversi gruppi di lavoro.- <u>Creatività</u>: l'utilizzo di un approccio creativo e non convenzionale sarà elemento valutato positivamente.- <u>Teamwork</u>: l'affiatamento e aiuto reciproco all'interno del team emerso durante le giornate di laboratorio- <u>Analisi e interpretazione dei dati</u>: sarà valutata la capacità dei gruppi di organizzare, analizzare e interpretare i dati utili per lo sviluppo dei progetti in modo preciso e professionale. <p>La valutazione può essere positiva o negativa ma senza indicazione di voto.</p> |
| <p><i>Modalità e termini di iscrizione:</i></p> | <p>Le iscrizioni saranno raccolte attraverso il seguente modulo da compilare online all'indirizzo https://it.surveymonkey.com/r/S9729X7 entro e non oltre il 9 maggio 2025.</p> |