

CdLM in Lettere



**UNIVERSITÀ
DEL SALENTO**

Informatica di base

**Dip.to di Studi Umanistici
Laurea Triennale**

Prof. Salvatore Mancarella

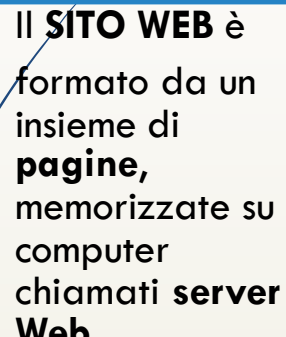
salvatore.mancarella@unisalento.it



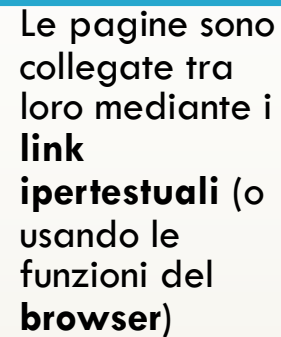
Creazione di un sito WEB




Sito web



Il **SITO WEB** è formato da un insieme di **pagine**, memorizzate su computer chiamati **server Web**



Le pagine sono collegate tra loro mediante i **link ipertestuali** (o usando le funzioni del **browser**)



Il Sito Web di un'azienda deve comunicare **affidabilità e professionalità**

SITI WEB STATICI E DINAMICI

SITI STATICI:

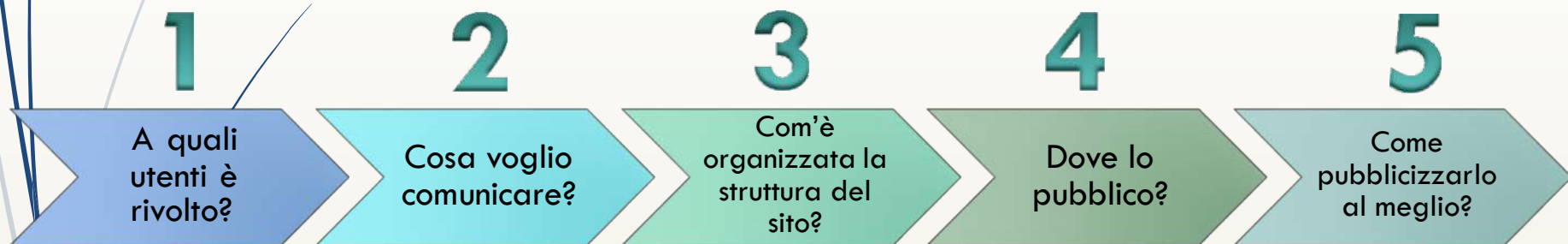
- ▶ Formati da un insieme di pagine tra le quali l'utente può navigare tramite i link o le funzioni del browser
- ▶ **Caratteristiche**
 - ▶ Semplice visualizzazione contenuti
 - ▶ Mancanza di interazione tra utenti e contenuti
 - ▶ Assenza di connessione ad un data base
 - ▶ Impossibilità per l'amministratore di modificare le informazioni

SITI DINAMICI:

- ▶ Interagiscono attivamente con gli utenti modificando le informazioni in base a quelle ricevute dall'utente stesso
- ▶ Rapido aggiornamento del sito da parte dell'amministratore
- ▶ È più complesso da realizzare e deve essere integrato con linguaggi di sviluppo (scripting lato client (javascript) e lato server (PHP, JSP, ASP) e le tecnologie di comunicazione client/server (Ajax)
- ▶ Usati per realizzare e-commerce, social network, interrogazioni a data base, ERP aziendali, sistemi bancari, sistemi informativi per PA

LA PROGETTAZIONE DI UN SITO WEB

La progettazione di un SITO WEB aziendale deve rispondere alle seguenti domande



PUBBLICARE UN SITO WEB

HOSTING:

Servizio offerto da aziende specializzate e consente di ospitare il sito su un server Web

Caratteristiche:

- Budget limitato
- Bassi volumi di visitatori giornalieri del sito
- Nessuna competenza tecnica richiesta per la gestione del sito

HOUSING:

► Servizio offerto da aziende specializzate che mettono a disposizione un computer presente in sede o concesso in locazione a uso esclusivo per l'allocazione del server del cliente

► **Caratteristiche:**

- Elevati volumi di traffico giornaliero
- Uso di database e tecnologie particolari
- Necessità di flessibilità nell'installazione di software o nella gestione del server Web

HOSTING

<https://www.aruba.it>



Basic

La configurazione base più economica e con il massimo livello di libertà di personalizzazione con tanti servizi opzionali da scegliere

a partire da
11,99€ + IVA/1° anno*
al rinnovo 28,99€ + IVA

Registrazione dominio, certificato SSL DV, spazio web e traffico illimitati

Include 5 caselle email personalizzate

Numerosi servizi opzionali disponibili



Easy

Comprende tutti gli strumenti utili a sviluppare il tuo sito web. Con tanti servizi inclusi e il massimo della convenienza

19,99€ + IVA/1° anno*
al rinnovo 50,00€ + IVA

Registrazione dominio, certificato SSL DV, spazio web e traffico illimitati

Include illimitate caselle email, 10 GigaMail per aumentare lo spazio sulle caselle, DB MySQL con backup e servizio statistiche



Advanced

Il piano arricchito con ancora più servizi per portare online la tua attività. Comprende anche gli indirizzi PEC personalizzati

29,99€ + IVA/1° anno*
al rinnovo 70,00€ + IVA

Registrazione dominio, certificato SSL DV, spazio web e traffico illimitati

Include illimitate caselle email, 20 GigaMail per aumentare lo spazio sulle caselle, DB MySQL con backup, servizio statistiche e 5 caselle PEC su dominio



Professional

Il piano più completo e ricco di servizi e funzionalità per il successo del tuo progetto online

49,99€ + IVA/1° anno*
al rinnovo 150,00€ + IVA

Registrazione dominio, certificato SSL DV, spazio web e traffico illimitati

Include illimitate caselle email, 30 GigaMail per aumentare lo spazio sulle caselle, DB MySQL con backup, servizio statistiche e 10 caselle PEC su dominio

HOUSING

<https://www.aruba.it>



Housing e Colocation

Possibilità di ospitare server Tower oppure Rack 19"

Potenza del singolo server fino a 1 kW

Fino a 51 indirizzi IP

100Mb/s flat oppure
1Gb/s a consumo 25TB/mese

Protezione anti-DDoS

-

-

Housing e Colocation

per i tuoi server

da **39.00** € + IVA/mese



Armadi Dedicati

Da 850 Watt

Da 16 indirizzi IPv4 (IPv6 da 1 Classe /64)

Banda garantita Flat 100 Mbit/s
/ SLA da 99,95%

Fino a 46 unità
nello stesso armadio

Protezione anti-DDoS

Switch e Firewall opzionali

-

Armadi Dedicati

per i tuoi server



Colocation su misura

Dal private cage al data center dedicato al
singolo cliente

Potenza per rack personalizzabile

Data center carrier neutral

Servizi di connettività gestita disponibili su
richiesta

Protezione anti-DDoS

Monitoraggio e gestione infrastruttura su
richiesta

Infrastrutture su misura
per i tuoi server e apparati

Colocation

su misura

VALUTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE DI UN SITO WEB

Architettura

Riguarda la struttura generale del sito e le modalità di navigazione che mette a disposizione degli utenti. Un sito ha una buona architettura se la sua organizzazione è coerente con i suoi contenuti e se permette una facile navigazione

Comunicazione:

Riunisce vari aspetti la chiarezza con cui il sito comunica il suo scopo, la coerenza con l'immagine dell'organizzazione, l'attività grafica e in generale tutto ciò che consente di instaurare la relazione con gli utenti del sito

VALUTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE DI UN SITO WEB

Funzionalità:

Rappresenta l'insieme delle funzioni che il sito mette a disposizione dei suoi utenti

Contenuto:

Riguarda la qualità dei contenuti informativi del sito, considerati dai vari punti di vista: affidabilità, livello di aggiornamento, comprensibilità del linguaggio

Gestione :

Misura la qualità complessiva del lavoro di gestione del sito durante la sua operatività

CMS (Content Management System) (Gestione automatizzata dei contenuti)

- è un software che permette la gestione di contenuti destinati al web, tramite un'interfaccia costituita nella maggior parte dei casi da browser.
- ha il principale vantaggio di consentire la modifica dei contenuti di un sito in tempi estremamente ridotti, anche da parte di coloro che non possiedono particolari competenze tecniche.
- consentono una dettagliata configurazione dei permessi per individuare chi può modificare cosa e a che livello.
- software free/open source e software commerciale a pagamento



CMS (Content Management System) (Gestione automatizzata dei contenuti)

- ▶ è uno strumento software, installato su un server web, il cui compito è facilitare la gestione dei contenuti di siti web, svincolando il webmaster da conoscenze tecniche specifiche di programmazione Web.
- ▶ Tecnicamente l'applicazione è suddivisa in due parti:
 - ▶ una sezione di amministrazione (**back end**), che serve ad organizzare e supervisionare la produzione dei contenuti;
 - ▶ L'amministratore del CMS gestisce dal proprio terminale, tramite un pannello di interfaccia e controllo, la struttura e i contenuti da inserire o modificare
 - ▶ una sezione applicativa (**front end**), che l'utente web usa per fruire dei contenuti e delle applicazioni del sito.



Es. di CMS WordPress

The image shows a screenshot of the WordPress dashboard. On the left is a dark sidebar menu with the following items: **Bacheca** (highlighted), Home, Aggiornamenti (4), Articoli, Media, Pagine, Commenti, Aspetto, Plugin, Utenti, Strumenti, Impostazioni, Albo Pretorio, and Riduci menu. The main content area has a top notification: "È disponibile [WordPress 3.9.1!](#) [Aggiorna adesso.](#)". Below this is the "Bacheca" (Dashboard) section with the heading "Benvenuto su WordPress!" and the text "Abbiamo raggruppato alcuni link per aiutarti ad iniziare:". There are two columns of links: "Come iniziare" with a button "Personalizzare il proprio sito" and the text "oppure cambia completamente il tuo tema"; and "Passi successivi" with three links: "Modificare la pagina iniziale", "Aggiungere altre pagine", and "Visualizzare il tuo sito". At the bottom, there are two summary boxes: "In sintesi" showing "1 Articolo", "1 Pagina", and "1 Commento", and "Bozza rapida" with a "Titolo" input field and the text "Che ti passa per la". A footer bar at the bottom of the dashboard says "WordPress 3.9 con il tema Twenty Fourteen" and has a button "Aggiornare a 3.9.1".

Esempi di CMS





Esercitazione

- Creare un sito web su altervista.org
- Cliente FTP



HTML

HTML = Hyper Text Markup Language

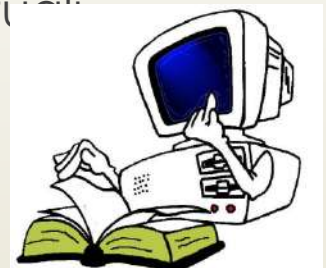
È un linguaggio per la scrittura di documenti ipertestuali
Studiato per essere utilizzato all'interno del WWW (World Wide Web)

È basato su:

- **protocollo HTTP Per la trasmissione di documenti**
- **La notazione per l'indirizzamento delle risorse URL**

Il WWW è un sistema di informazioni interattivo, concatenato, distribuito e grafico.

- Il Web è un sistema di informazioni ipertestuali
- Quindi alla base del WWW c'è l'ipertesto.



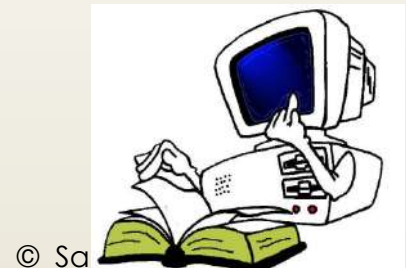
HTML E IL WEB

Le pagine di un sito sono dei **documenti HTML** memorizzati su un **server web** e visualizzate dal browser del client tramite un **browser web**

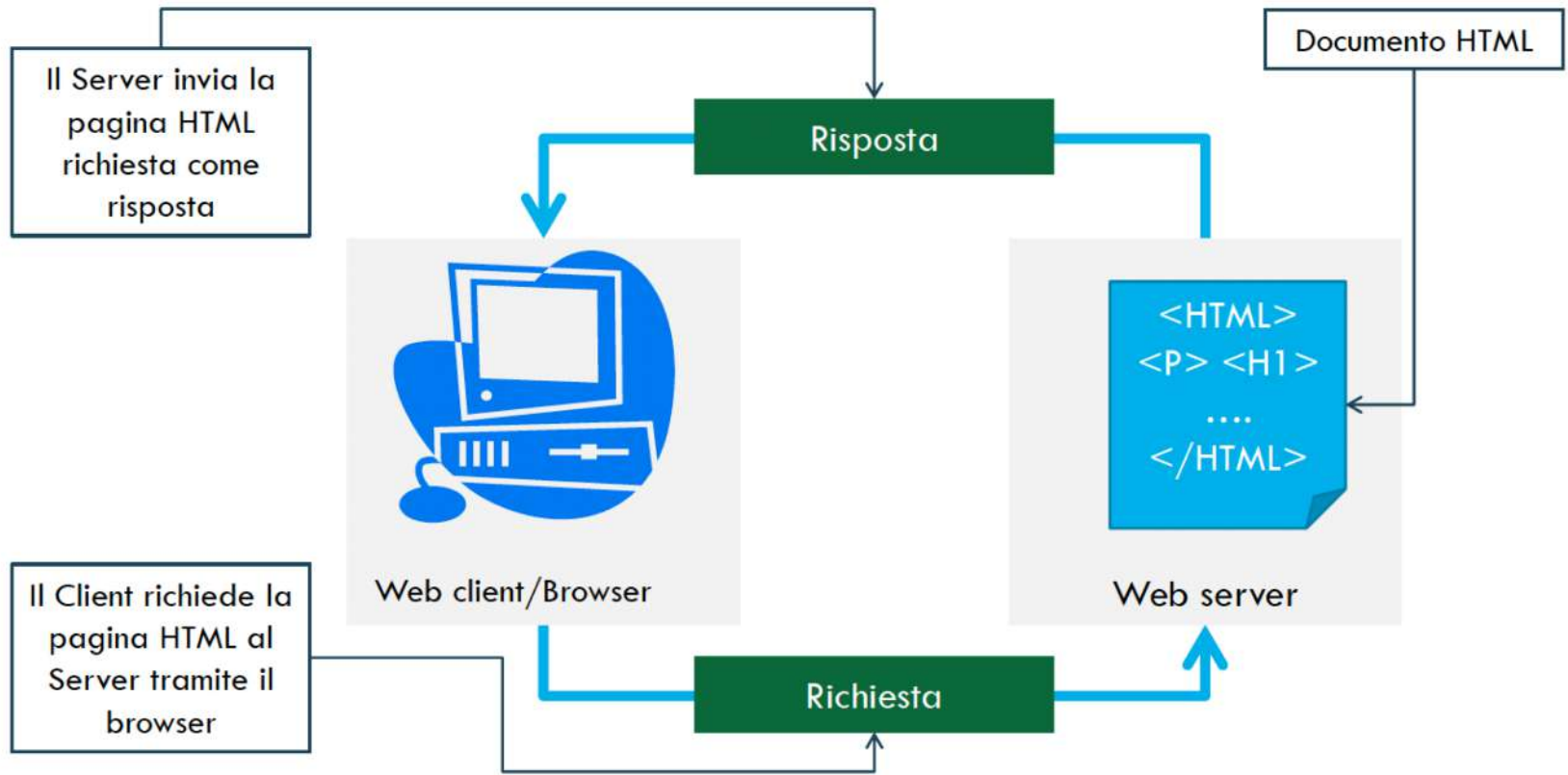
Quando un utente digita l'**indirizzo web**(URL) della pagina che si vuole visitare, il sistema operativo richiede tramite una connessione HTTP la pagina del server su cui è memorizzata e la scarica affinché possa essere visualizzata dal browser.

- Quando il server non trova la pagina, per errori di digitazione o altri motivi, restituisce il codice di errore 404

Il browser **interpreta** i codici contenuti nel testo HTML e li trasforma in comandi per la costruzione della pagina in forma grafica



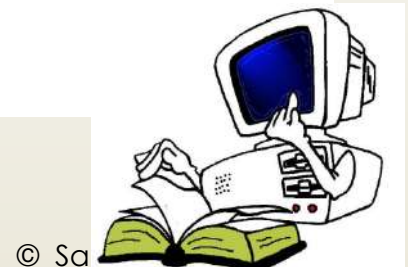
HTML E IL WEB



HTML E IL WEB

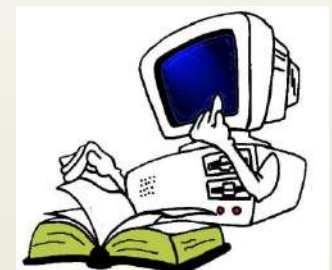
Html non è un linguaggio di programmazione, ma piuttosto di un linguaggio di formazione della pagina:
Testo + codici (Tag)

- I testi scritti in HTML hanno l'estensione .html o .htm nel nome del file.
- Le operazioni che possono essere fatte con il linguaggio HTML sono molto limitate.



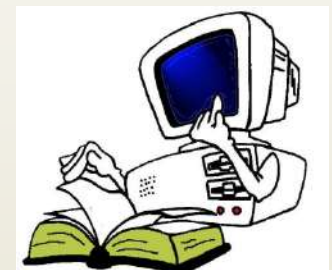
Vantaggi

- E' compatto e può essere trasferito tramite rete a grande velocità.
- Possono essere visualizzati su qualsiasi piattaforma (device-independent).
- E' ridotto e facile da apprendere.
- Il file prodotto è di puro testo.



HTML: Un linguaggio per la realizzazione di ipertesti.

- E' un documento di testo che contiene dei codici di formattazione della pagina < TAG >
- Il Browser riconosce i TAG e in base a questi riconosce come visualizzare gli elementi della pagina.
- In un editor HTML non si possono controllare: i font, il corpo, l'interlinea, larghezza dei caratteri
- E' un linguaggio molto limitato.



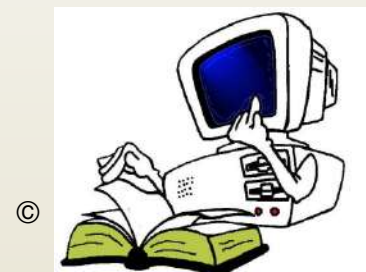
HTML

Il linguaggio **HTML** permette di definire il contenuto e la struttura di una pagina Web

I fogli di stile **CSS** particolari tag che permettono di rappresentare in modo gradevole i contenuti definendo gli aspetti di presentazione del documento

Una pagina HTML può essere scritta in tre modalità:

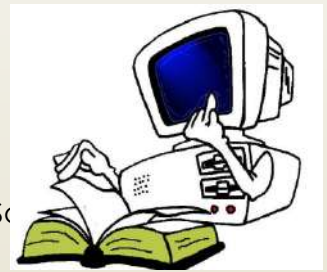
- Scrivendo il codice manualmente con un **editor di testo (Notepad++, Blocco note...)**
- Generando automaticamente il codice HTML con **software apposito (Dreamweaver, CoffeCup...)**
- Ottenendo direttamente un sito completo grazie ad un **CMS - ContentManagement System (Joomla, WordPress...)** che consente di generare automaticamente siti Web senza dover scrivere il codice sorgente



HTML: <TAG>

indicano al browser le caratteristiche degli oggetti che compongono il documento

- ▶ ad esempio la dimensione del testo, il colore, la posizione delle immagini, lo stile delle linee nelle tabelle
- ▶ Rappresentano l'inizio e la fine di un'istruzione e prendono il nome di start-tag e end-tag Esempio <H1> </H1>
- ▶ L'end-tag ha la stessa forma e nome dello start-tag con una barra (/) che precede il testo nelle parentesi angolari



HTML <tag principali>

- ▶ I documenti html sono scritti da puro codice ASCII e dai TAG.
- ▶ Esistono tre tag principali necessari all'interno di un file HTML.

<HTML>

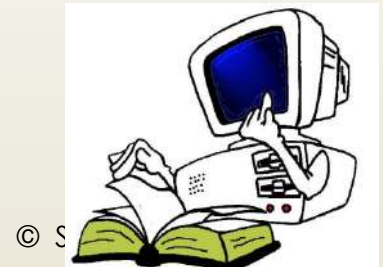
Indica che si tratta di un documento html.

<HEAD>

contiene particolari tag es il titolo.

<TITLE> Corso progettazione siti web </TITLE>

</HEAD>



HTML <tag principali>

Parte visibile nel browser es: testo, immagini, colori, grafici, ecc...

<BODY>

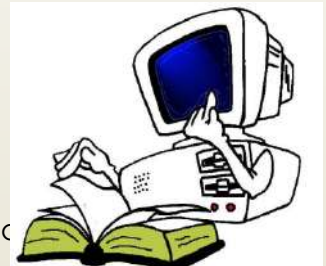
<H1> Corso di progettazione siti web </H1>

<H2> Cosa serve il Body in una pagina HTML
</H2>

<p> **Il body è** la parte visibile della pagina HTML, infatti è all'interno del tag <body> deve essere inserito il contenuto della pagina (testi,immagini, ecc..)

</p>

</BODY>
</HTML>



HTML <tag principali>

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<title> Titolo </title>
```

```
....
```

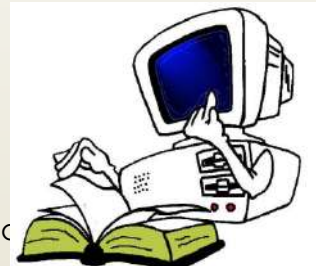
```
</head>
```

```
<body>
```

```
.....
```

```
</body>
```

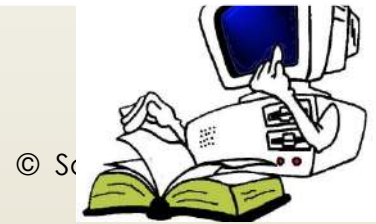
```
</html>
```



HTML: Gli attributi dei <TAG>

Alcuni **tag** includono degli attributi o proprietà:
Informazioni aggiuntive nello start-tag

Esempio



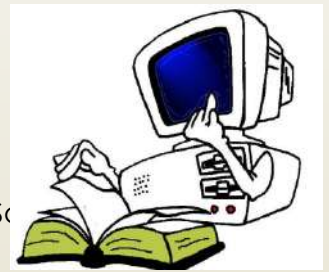
HTML: Il contenuto dei TAG

Il contenuto dei tag va inserito tra l'apertura e la chiusura del tag medesimo:

➤ `<tagattributi>contenuto</tag>`

Ad esempio per allineare un testo al centro si usa:

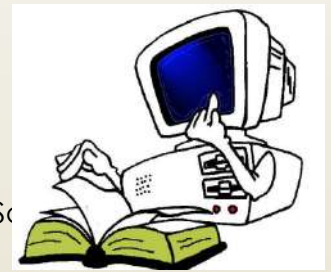
➤ `<p align="center"> Ciao</p>`



HTML: Gli empty TAG

Gli **empty tags** sono tag vuoti, senza contenuto e senza chiusura

- Ad esempio
- **
** serve per effettuare **invio a capo**
- **<hr/>** inserisce una **linea orizzontale**



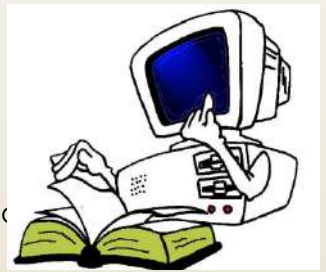
HTML: IL TAG BODY

Il tag <body> ha una serie di attributi

```
<BODY LEFTMARGIN=25px TOPMARGIN=25px  
TEXT="white" link="yellow" alink="silver"  
vlink="magenta" background="sfondo.jpg">
```

alink, vlink e link sono usati per controllare il colore dei collegamenti ipertestuali:

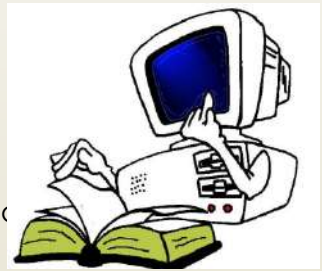
- alink: collegamento attivo
- link: collegamento non ancora visitato
- vlink: collegamento visitato



HTML: IL TAG BODY

Il colore è controllato tramite:

- Il nome esteso (in inglese) white, yellow ...
- Il codice **RGB** che combina tra loro i tre colori base Rosso, Verde e Blu in 256 gradazioni individuate da codice esadecimale preceduto dal cancelletto # (due cifre per il rosso, due per il verde e due per il blu che variano da 00 a FF)
 - Il bianco è #FFFFFF il nero #000000
- Background permette di assegnare un'immagine come sfondo
- Gli attributi dei tag HTML possono essere sostituiti dai fogli di stile CSS.



HTML: COLORI RGB(RED, GREEN, BLUE)

Tonalità dei tre colori: da 0 a 255 in decimale, da 00 a FF in esadecimale

Rosso 255,0,0 **FF00 00**

Verde 0,255,0 **00 FF00**

Blu 0,0,255 **00 00 FF**

Nero 0,0,0 00 00 00

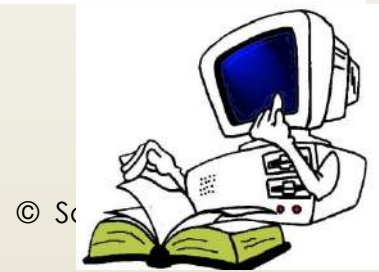
Bianco 255,255,255 FF FF FF

Giallo 255,227,172

Per esempio: `<BODY BGCOLOR="#FFFFFF">` colore di sfondo (bianco)|

`<BODY BGCOLOR="white">` colore di sfondo (bianco) FF E3 AC

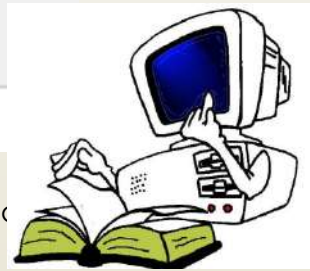
Anche nomi simbolici: red, blue, lightyellow, ...



TAG «Paragrafi e commenti»

- `<P>` Esempio di un paragrafo semplice `</P>`
- IL SEGUENTE COMANDO E' UN COMMENTO
- `<!--` Questo è un commento `-->`

```
<p>Questo paragrafo si vede</p>  
<!--  
<p>Questo paragrafo non si vede</p>  
-->
```



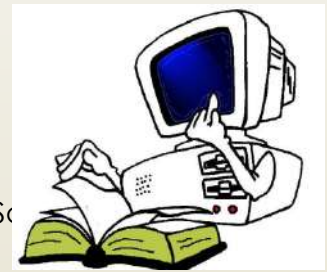
TAG PER LA FORMATTAZIONE DEL TESTO

Per formattare il testo si usano i tag:

- **<div> </div>**: Marca l'inizio di un nuovo paragrafo senza aggiungere una riga vuota
- **<p> </p>**: Marca l'inizio di un nuovo paragrafo e aggiunge un invio a capo per separarlo dal resto del documento

La separazione fatta tramite i tag è fondamentale poiché il browser ignora indentazioni o linee vuote

- La formattazione del testo avviene in base a:
- **Font del carattere**
- **Intestazione del testo**
- **Stile**
- **Allineamento**

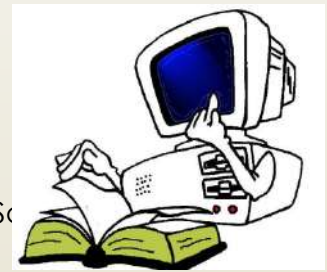


TAG: FONT DEL CARATTERE

Il tag `` consente di modificare il carattere

Possiede i seguenti attributi:

- **Face:** per apportare modifiche al tipo di font usato (verdana, arial, timenewromans....)
- **Size:** per apportare modifiche alla dimensione del carattere (da 1 a 7)
- **Color:** per modificare il colore del carattere



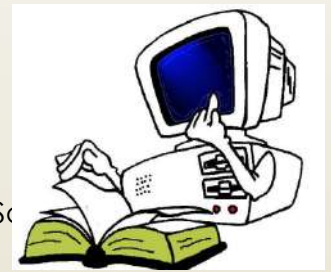
TAG per l'intestazione

Il tag `<Hn>...</Hn>` gestisce le intestazioni
Evidenzia il testo dei titoli

È formato da:

- ▶ la lettera H
- ▶ un numero compreso da 1 a 6 che identifica la dimensione dei caratteri (1 = grande, 6 = piccolo)

`<H1> Titolo 1 </H1>`



TAG per l'allineamento

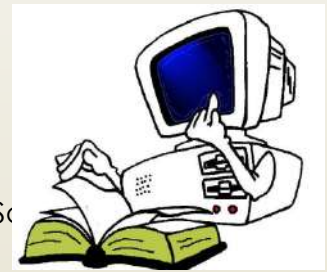
Ha l'attributo align (allineamento) allinea il testo:

➤ `<XX align="allineamento">`

XX -> deve essere sostituito `<p>` `<div>` e `<hn>`

Gli attributi per allineare il testo sono applicati ai tag dei paragrafi (`<p>` `<div>` e `<hn>`) e possono essere:

- **Left:** allinea il paragrafo a sinistra
- **Right:** allinea il paragrafo a destra
- **Center:** allinea il paragrafo al centro
- **Justify:** giustifica il paragrafo



TAG per l'allineamento

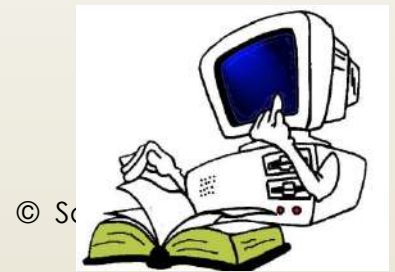
- I tag per l'allineamento dei paragrafi del testo:

```
<p align="center">
```

```
<p align="right">
```

```
<p align="justify">
```

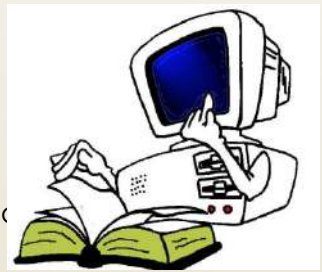
```
<center> testo da centrare </center>
```



TAG per la formattazione

- Tag per la formattazione del testo

```
<b> grassetto </b>  
<i> corsivo </i>  
<em> enfaticizzato</em>  
<code> codice </code>  
<strong> grassetto </strong>  
<font size= "3"> testo </font>  
<font color= "blue"> ... ..</font>  
<font face= "Arial "> ... ..</font>
```



TAG per la formattazione

<s> testo </s>: attiva la cancellatura visibile

<tt> testo </tt>: attiva la monospaziatura

^{testo}: attiva l'apice

_{testo}: attiva il pedice

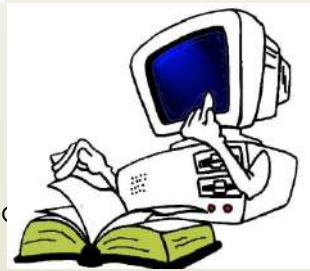
... enfaticizzato

<code> ... </code> codice

** ... grassetto**

<center>.... </center>riga o paragrafo centrato

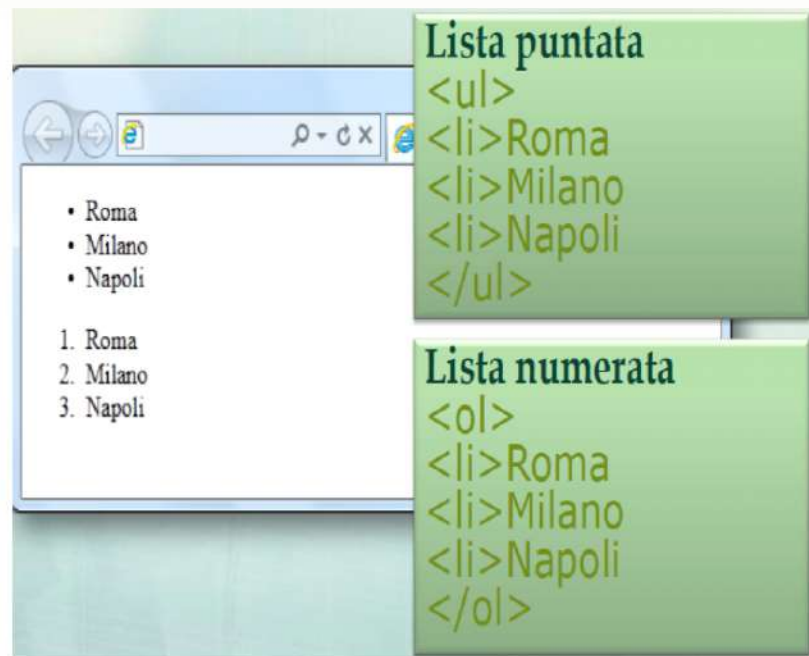
<pre> ... </pre>testo preformattato



TAG per le liste

Le liste (o elenchi) si dividono in tre categorie:

- Elenchi **numerati** (ordinati in modo progressivo) delimitati dal tag `` ``
- Elenchi **puntati** (non ordinati) delimitati dal tag `` ``
- Elenchi di **definizione** delimitati dal tag `<dl>` `</dl>`



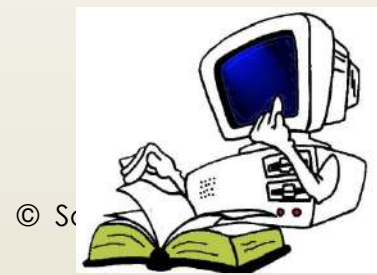
The image shows a browser window with two lists. The first list is bulleted and the second is numbered. To the right of the browser window are two green boxes containing the HTML code for each list.

Lista puntata

```
<ul>  
<li>Roma  
<li>Milano  
<li>Napoli  
</ul>
```

Lista numerata

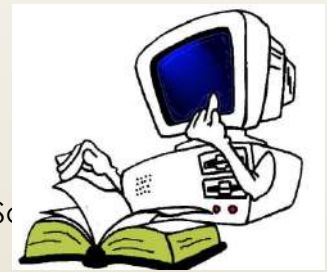
```
<ol>  
<li>Roma  
<li>Milano  
<li>Napoli  
</ol>
```



TAG per le liste numerate e puntate

Per gli elenchi numerati e puntati ogni elemento della lista deve essere preceduto dal tag `` (che non si chiude) e attraverso l'attributo `type` si possono modificare gli stili dell'elenco

- `type="A"` –alfabetica maiuscola
- `type="a"` –alfabetica minuscola
- `type="I"` –numeri romani maiuscoli
- `type="i"` –numeri romani minuscoli
- `type="1"` –numeri
- `type="disc"` –pallini pieni
- `type="circle"` –pallini vuoti
- `type="square"` –quadratini pieni



TAG per le liste numerate e puntate

Gli elenchi di definizione sono costituiti da coppie di elementi composte da un termine e dalla sua definizione

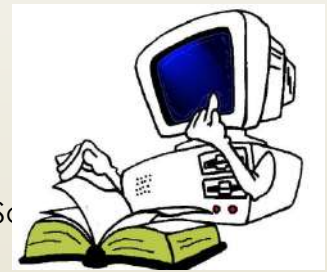
- Inizio lista `<dl>` (definition list)
- Termine `<dt>` (definition term)
- Definizione `<dd>` (definition defined)
- Fine lista `</dl>`

Ecco i principali tag per delimitare il testo:

```
<dl>
  <dt>p</dt>
  <dd>individua l'apertura di un nuovo paragrafo</dd>
  <dt>div</dt>
  <dd>individua l'apertura di un nuovo blocco di testo</dd>
  <dt>span</dt>
  <dd>individua l'apertura di un elemento inline, cui attribuire
      una formattazione attraverso gli stili</dd>
</dl>
ci sono poi altri tag che...
```

Ecco i principali tag per delimitare il testo:

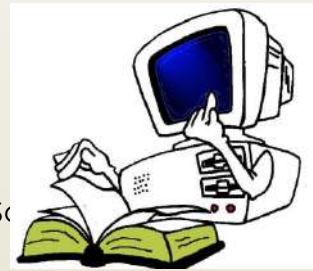
```
P      individua l'apertura di un nuovo paragrafo
div    individua l'apertura di un nuovo blocco di testo
span   individua l'apertura di un elemento inline, cui attribuire
ci sono poi altri tag che...
```



TAG per l'annidamento liste non numerate

```
<ul>
  <li>primo della 1a lista</li>
  <li>secondo della 1a lista
    <ul>
      <li>primo della 2a lista</li>
      <li>secondo della 2a lista
        <ul>
          <li>primo della 3a lista</li>
        </ul>
      </li>
      <li>terzo della 2a lista</li>
    </ul>
  </li>
</ul>
```

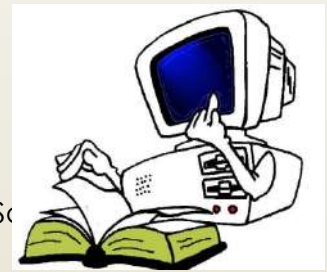
- primo della 1a lista
- secondo della 1a lista
 - primo della 2a lista
 - secondo della 2a lista
 - primo della 3a lista
 - terzo della 2a lista



TAG per l'annidamento con diversi tipi di numerazione

```
<ol type="1"><!-- numeri -->
  <li>Primo livello
    <ol type="a"><!-- lettere -->
      <li>Secondo livello
        <ol type="I"><!-- numeri romani -->
          <li>Terzo livello</li>
          <li>Terzo livello</li>
        </ol>
      </li>
      <li>Secondo livello</li>
    </ol>
  </li>
  <li>Primo livello</li>
</ol>
```

- ↑
MARGINE
1. Primo livello
 - a. Secondo livello
 - I. Terzo livello
 - II. Terzo livello
 - b. Secondo livello
 2. Primo livello



TAG per i link

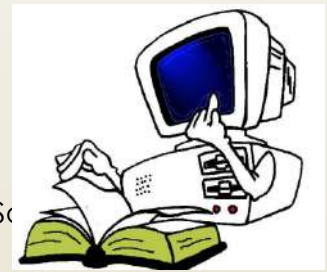
I link (collegamenti ipertestuali) consentono di rendere le pagine ipertestuali
La navigazione si basa sul passaggio da una pagina all'altra tramite i link

Si usa il tag `<a>` detto tag di ancoraggio viene usato creare dei link e possiede alcuni attributi:

- ▀ **Href** che significa HypertextReferencee che ha il compito di definire la **destinazione** del link (un'altra pagina, un altro indirizzo, un punto nella stessa pagina)

```
<a href="percorso/risorsa"> testo cliccabile </a>
```

Target="_new" colloca il documento in una finestra diversa dal quella attuale che resterà aperta



TAG per i link

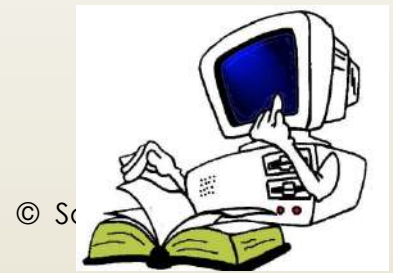
Esempio

parola per esempio:

** fai clic qui per accedere al sito dell'Università**

Nella pagina Web la frase tra <A> compare in colore e sottolineata

[fai clic qui per accedere al sito dell'Università](http://www.unive.it)



TAG tra due pagine

Index.html (home page)

```
<a href="pagina2.htm">i nostri  
prodotti</a>
```

Index.html (home page)

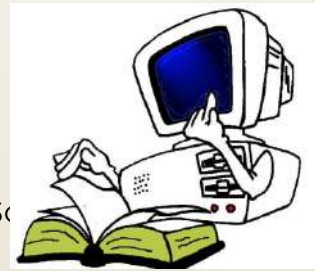
[i nostri prodotti](#)

pagina2.htm

```
<a href="index.html">torna alla  
home page</a>
```

pagina2.htm

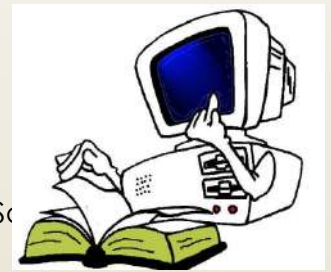
[torna alla home page](#)



TAG per l'immagine

Possiamo inserire immagini in formato:

- GIF (supporta le animazioni e la trasparenza ma fino a 256 colori)
- JPEG o JPG (supporta fino a 16 milioni di colori ma non supporta animazioni o trasparenza)
- PNG (incorpora le qualità dei formati JPG e GIF)



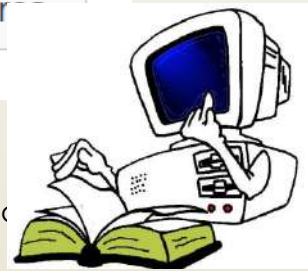
TAG per l'immagine

Sintassi:

```

```

Keyword	Descrizione
img	È il nome del tag, abbreviazione di <i>image</i> (immagine)
src	Sta per <i>source</i> (origine), è l'indirizzo (URL) del file che vogliamo mostrare
alt	È il <i>testo alternativo</i> , ovvero il testo che appare se, per qualche motivo, il client non riesce a mostrare l'immagine. Possiamo anche omettere questo attributo, ma risulta utile per l'accessibilità e per i motori di ricerca



TAG per l'immagine

Attributi

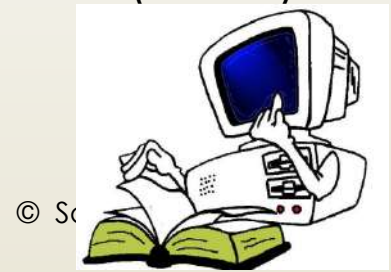
Border= indica lo spessore ai lati della figura stessa

Width height= sono la larghezza e l'altezza in pixel dell'immagine

- Posso esprimerle con un numero o come percentuale rispetto alle dimensioni complessive della pagina

Align= permette di allineare l'immagine al testo o ad un'altra immagine

- Middle (centrato), right (destra), left (sinistra), bottom (basso) e top (alto)



TAG per l'immagine

Attributi

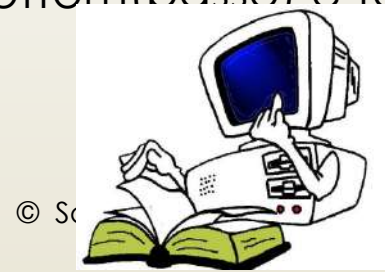
Border= indica lo spessore ai lati della figura stessa

Width height= sono la larghezza e l'altezza in pixel dell'immagine

- Posso esprimerle con un numero o come percentuale rispetto alle dimensioni complessive della pagina

Align= permette di allineare l'immagine al testo o ad un'altra immagine

- Middle (centrato), right (destra), left (sinistra), bottom (basso) e top (alto)



TAG per l'immagine

Per esempio:

```

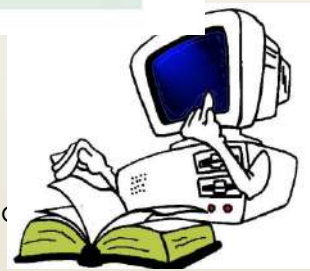
```

Viaggi



Le immagini come link

```
<a href=http://www.mondoviaggi.it>  
  
</a>
```



TAG per la Tabella

Per disegnare una tabella in HTML si usano tre tag:

- **<table> </table>**: inizio e fine tabella
- **<tr> </tr>**: inizio e fine riga
- **<td> </td>**: inizio e fine cella

L'attributo **border** consente di scegliere lo spessore del bordo specificando la dimensione con un valore

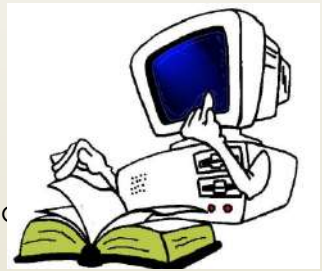
La spaziatura è di due tipi:

- **Cellspacing**: tra le celle
- **Cellpadding**: tra il bordo della cella e il suo contenuto

L'attributo **bgcolor** assegna un colore di sfondo sia all'intera tabella sia alla singola cella

I valori che rappresentano una dimensione possono essere espressi in percentuale per adattare la tabella allo schermo

Si può usare il tag **<th>** al posto di **<td>** per ottenere una cella con grassetto ed allineamento centrato



TAG per la Tabella

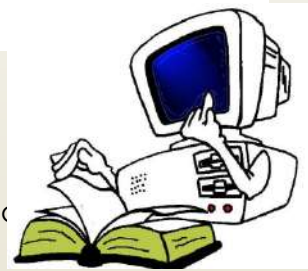
Esempio

Codice HTML

```
<table>
<tr>
  <td>Colonna 1</td>
  <td>Colonna 2</td>
</tr>
<tr>
  <td>Dato 1,1</td>
  <td>Dato 1,2</td>
</tr>
<tr>
  <td>Dato 2,1</td>
  <td>Dato 2,2</td>
</tr>
<tr>
  <td>Dato 3,1</td>
  <td>Dato 3,2</td>
</tr>
</table>
```

Risultato che verrà visualizzato nel browser

Colonna 1	Colonna 2
Dato 1,1	Dato 1,2
Dato 2,1	Dato 2,2
Dato 3,1	Dato 3,2



TAG unisci più celle

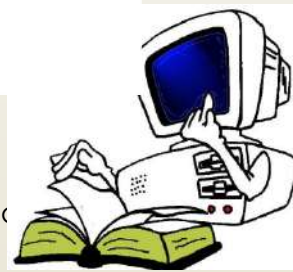
Per unire tra loro più celle

- Orizzontalmente si usa **colspan**, ad esempio
 - `<td colspan="2">` unione di 2 celle successive
- Verticalmente si usa **rowspan**, ad

Colspan="2"

Rowspan="3"

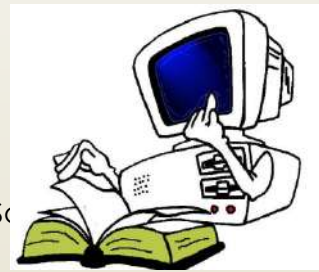
The diagram shows a table with 3 rows and 3 columns. The first two columns of the first row are merged into a single cell, indicated by a blue arrow pointing from the text 'Colspan="2"' to the merged cell. The third column of the first row is merged with the cells below it in the second and third rows, indicated by a blue arrow pointing from the text 'Rowspan="3"' to this cell.



TAG unisci più celle

```
<table width="200" border="1">  
<tr>  
<th colspan="3">Primo trimestre</th>  
</tr>  
<tr>  
<td>Gennaio</td>  
<td>Febbraio</td>  
<td>Marzo</td>  
</tr>  
</table>
```

Primo trimestre		
Gennaio	Febbraio	Marzo



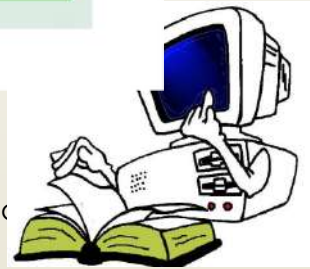
TAG Video e Audio

```
<VIDEO SRC=nomeFileVideo POSTER=nomeFileCopertina  
  CONTROLS="controls">  
messaggioErrore  
</VIDEO>
```

```
<AUDIO CONTROLS="controls">  
<SOURCE SRC="./musicaPreferita.mp3"  
  TYPE="audio/mp3" />
```

Attenzione: il tuo browser non supporta il tag AUDIO.

```
</AUDIO>
```



HTML: I FORM

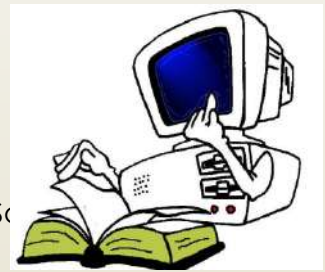
Per la creazione di un form utilizziamo l'omonimo tag **form**, come nell'esempio che segue:

```
<form method="" action="" target="">  
...  
</form>
```

Scopo di questo tag è di fare da contenitore ad una serie di tag (che vedremo tra poco) che costituiranno gli specifici controlli del modulo.

I principali attributi del **tag form**, come visto nell'esempio, sono i seguenti:

- **method** - specifica il metodo di invio dei dati ed accetta i valori **get** o **post**;
- **action** - specifica lo script che riceverà, controllerà ed elaborerà i dati.
- **target** - specifica se il frutto dell'elaborazione (effettuata dallo script indicato in *action*) verrà mostrata nella stessa finestra oppure in un'altra.



II TAG <FORM>

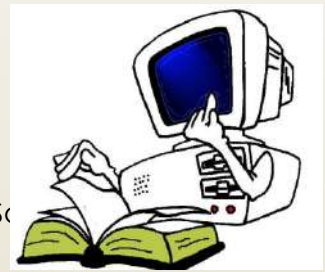
Per la creazione di un form utilizziamo l'omonimo tag **form**, come nell'esempio che segue:

```
<form method="" action="" target="">  
...  
</form>
```

Scopo di questo tag è di fare da contenitore ad una serie di tag (che vedremo tra poco) che costituiranno gli specifici controlli del modulo.

I principali attributi del **tag form**, come visto nell'esempio, sono i seguenti:

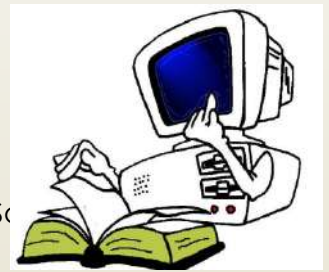
- **method** - specifica il metodo di invio dei dati ed accetta i valori **get** o **post**;
- **action** - specifica lo script che riceverà, controllerà ed elaborerà i dati.
- **target** - specifica se il frutto dell'elaborazione (effettuata dallo script indicato in *action*) verrà mostrata nella stessa finestra oppure in un'altra.



II TAG <FORM>

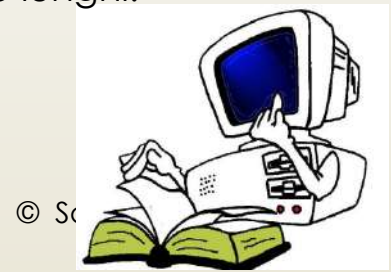
Il FORM sarà popolato mediante tramite i seguenti TAG annidati al suo interno:

- **input**
 - text
 - file
 - radio
 - checkbox
 - button
 - submit
 - image
 - reset
- **select**
- **textarea**



FORM II TAG <INPUT>

- **input** - genera la maggior parte degli elementi dei form HTML, a seconda del **type** specificato. Gli input più utilizzati sono:
 - **text** - è utilizzato per creare *caselle di testo* in cui l'utente può scrivere del contenuto su "singola linea";
 - **file** - è utilizzato per creare *caselle di selezione di file in locale* al fine di poterli trasmettere al server remoto;
 - **radio** - permette di creare un gruppo di opzioni al cui interno deve essere fatta una scelta (non ammette scelte multiple);
 - **checkbox** - permette di creare un gruppo di opzioni al cui interno devono essere fatta delle scelte (ammette scelte multiple);
 - **button** - permette di creare bottoni "neutri" ai quali, cioè, può essere associata un'azione mediante Javascript;
 - **submit** - permette di creare bottoni di invio attraverso i quali viene, appunto inviato e processato il form;
 - **image** - permette di inserire immagini "attive" all'interno del modulo che fungeranno da bottoni;
 - **reset** - permette di creare bottoni per il reset del form (in sostanza vengono cancellate le scelte effettuate dall'utente ed il modulo torna al suo stato iniziale).
- **select** - crea una casella di riepilogo a scorrimento, chiamata in gergo **selectbox**;
- **textarea** - genera un'area di testo in cui è possibile andare a capo e viene utilizzata per permettere di inserire descrizioni, commenti o comunque testi piuttosto lunghi.



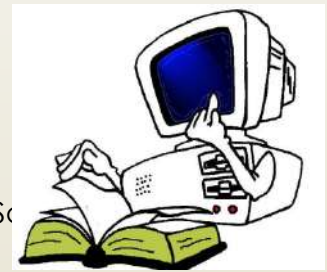
FORM: IL TAG <INPUT>

- **input** - genera la maggior parte degli elementi dei form HTML, a seconda del **type** specificato. Gli input più utilizzati sono:
 - **text** - è utilizzato per creare *caselle di testo* in cui l'utente può scrivere del contenuto su "singola linea";
 - **file** - è utilizzato per creare *caselle di selezione di file in locale* al fine di poterli trasmettere al server remoto;
 - **radio** - permette di creare un gruppo di opzioni al cui interno deve essere fatta una scelta (non ammette scelte multiple);
 - **checkbox** - permette di creare un gruppo di opzioni al cui interno devono essere fatta delle scelte (ammette scelte multiple);



FORM: IL TAG <INPUT>

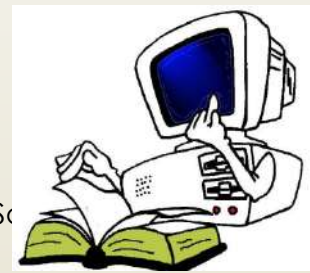
- **input** - genera la maggior parte degli elementi dei form HTML, a seconda del **type** specificato. Gli input più utilizzati sono:
 - **button** - permette di creare bottoni "neutri" ai quali, cioè, può essere associata un'azione mediante Javascript;
 - **submit** - permette di creare bottoni di invio attraverso i quali viene, appunto inviato e processato il form;
 - **image** - permette di inserire immagini "attive" all'interno del modulo che fungeranno da bottoni;
 - **reset** - permette di creare bottoni per il reset del form (in sostanza vengono cancellate le scelte effettuate dall'utente ed il modulo torna al suo stato iniziale).



FORM: II TAG <SELECT> e <TEXTAREA>

Il FORM sarà popolato mediante tramite i seguenti TAG annidati al suo interno:

- **select** - crea una casella di riepilogo a scorrimento, chiamata in gergo **selectbox**;
- **textarea** - genera un'area di testo in cui è possibile andare a capo e viene utilizzata per permettere di inserire descrizioni, commenti o comunque testi piuttosto lunghi.



FORM: ESEMPIO

```
<form method="post" action="esegui.php">

  <!-- CASELLE DI TESTO -->
  Nome<br>
  <input type="text" name="nome"><br>
  Cognome<br>
  <input type="text" name="cognome"><br>

  <!-- SELECTBOX -->
  Paese<br>
  <select name="paese">
  <option value="I">Italia</option>
  <option value="E">Estero</option>
  </select><br>

  <!-- RADIO -->
  Sesso<br>
  <input type="radio" name="sesso" value="M"> M<br>
  <input type="radio" name="sesso" value="F"> F<br>

  <!-- CHECKBOX -->
  Hobby<br>
  <input type="checkbox" name="hobby" value="S"> Sport<br>
  <input type="checkbox" name="hobby" value="L"> Lettura<br>
  <input type="checkbox" name="hobby" value="C"> Cinema<br>
  <input type="checkbox" name="hobby" value="I"> Internet<br>

  <!-- TEXTAREA -->
  Commento<br>
  <textarea name="commento" rows="5" cols="30"></textarea>
  <br><br>

  <!-- SUBMIT -->
  <input type="submit" name="invia" value="Invia i dati">

</form>
```

Nome

Cognome

Paese

Sesso
 M
 F

Hobby
 Sport
 Lettura
 Cinema
 Internet

Commento



Agenda

- Il linguaggio HTML
- Vantaggi
- I vari TAG

Modello di business (B2B e B2C)

- B2B è l'acronimo dell'espressione "business-to-business", utilizzata per descrivere le transazioni commerciali che intercorrono tra imprese
 - industriali,
 - commerciali
 - di servizi
- B2C è l'acronimo dell'espressione "business-to-consumer", utilizzata per descrivere le transazioni commerciali tra un'impresa commerciale detiene con i suoi clienti per le attività di vendita e/o di assistenza.



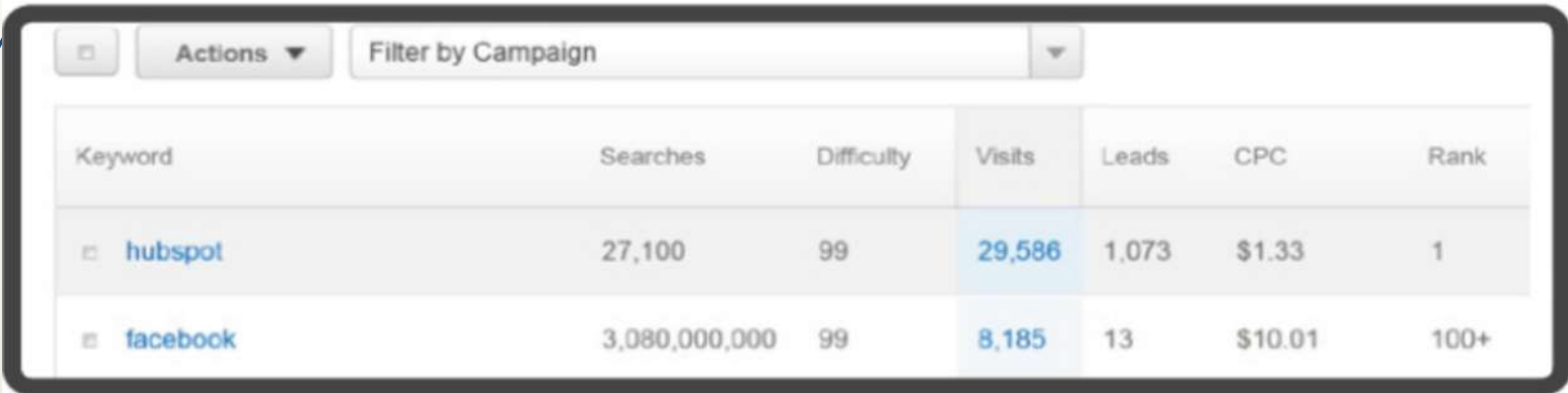
Keyword strategy

- Nel B2C ancora i motori di ricerca sono lo strumento più utilizzato dai navigatori•
- Nel B2B, il 70% dei buyer inizia con una ricerca online sui motori di ricerca il processo di selezione dei fornitori•
- È importante essere presenti nelle prime posizioni per le parole chiave inerenti e pertinenti al nostro business...
- Bisogna definire le Keyword strategy



Keyword research tools

- Esistono molti strumenti che mostrano il livello di competitività delle keyword:
- Google external Keyword Tool
- Hubspot Marketing grader
- Seomoz Keyword difficulty tool
- <https://app.sistrix.com/it/keyword-tool/case%20vacanze/it-it>



Keyword	Searches	Difficulty	Visits	Leads	CPC	Rank
<input type="checkbox"/> hubspot	27,100	99	29,586	1,073	\$1.33	1
<input type="checkbox"/> facebook	3,080,000,000	99	8,185	13	\$10.01	100+

Come e dove utilizzare le Keyword

- Cerca parole chiave che combaciano con il tuo business/spettacolo
- Progetta il tuo sito aziendale attorno alle parole chiave identificate
- Incorpora tali parole chiave nei testi e struttura del sito



Esempio

➤ <https://www.principioattivoteatro.it/chi-siamo/>

EOLO AWARDS

FESR



“La bicicletta rossa”

“Una città per gioco”

“Storia di un uomo e della sua ombra”

Perché utilizzare le Keyword

- ▶ Per indicizzare il nostro prodotto sui vari motori di ricerca



Google AdWords

- <https://ads.google.com>
- Quando vuoi pubblicizzare il tuo spettacolo
- Hai un costo dato dalla pubblicizzazione del tuo annuncio

Fai crescere
la tua attività
con Google
Ads

Fatti trovare dai clienti quando cercano attività come la tua su Google. Paghi solo se ottieni risultati ad esempio clic sul tuo sito web o chiamate alla tua attività.

Inizia ora



Google AdSense

➤ https://www.google.com/intl/it_it/adsense/start/

- Quando vuoi ottenere inserendo nel tuo sito/canale un guadagno
- Inserendo un banner pubblicitario



Genera entrate grazie al tuo sito

Milioni di inserzionisti competono per il tuo spazio pubblicitario. Ciò significa più guadagni, più annunci pertinenti e più spazi pubblicitari occupati.



Annunci ottimizzati per i dispositivi mobili

Google può ottimizzare le dimensioni delle unità pubblicitarie in modo che si adattino automaticamente ai dispositivi mobili o desktop, aumentando le probabilità che ricevano visualizzazioni e clic.



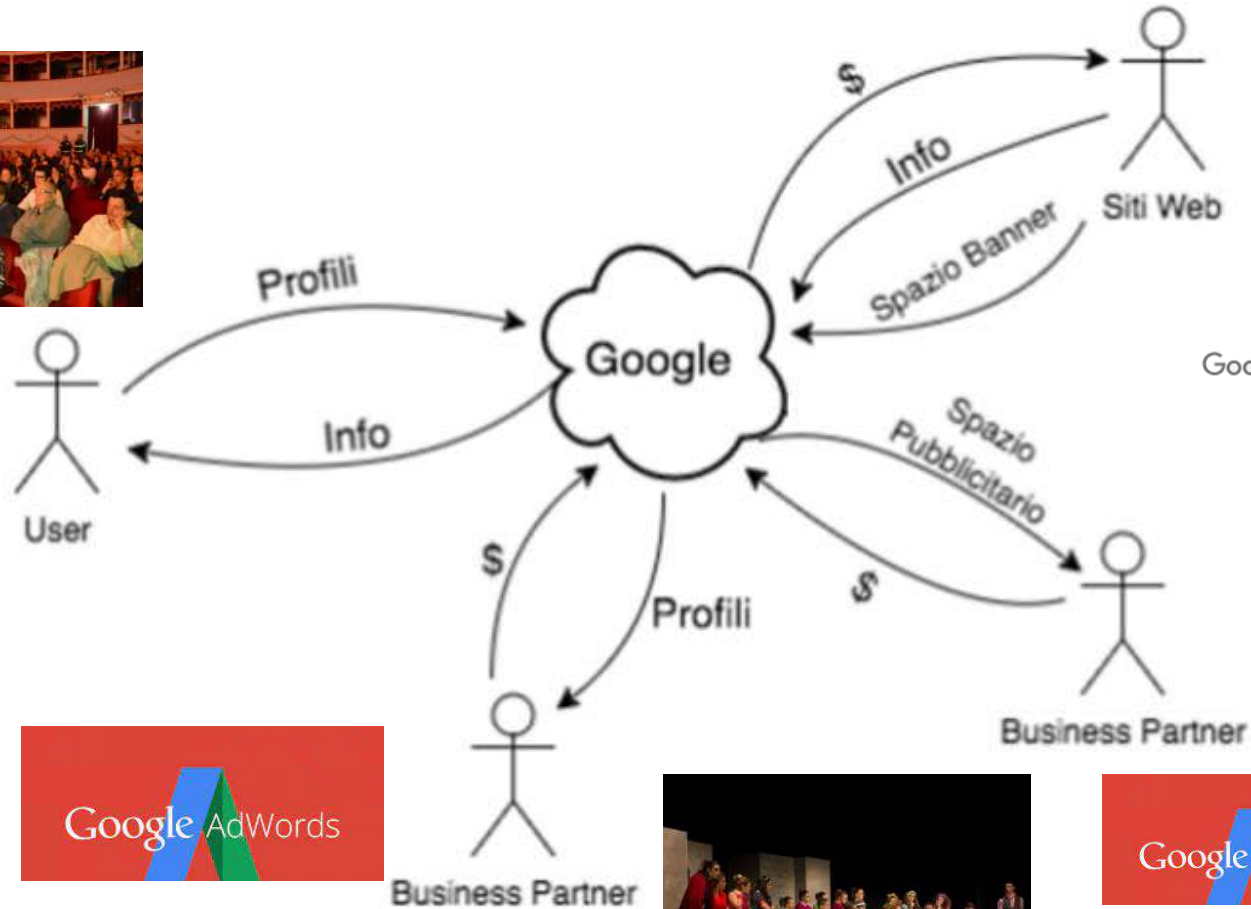
Risparmia tempo

Aggiungi una porzione di codice al tuo sito, così Google pubblicherà automaticamente annunci personalizzati in base al suo layout e tu non perderai tempo a modificare il codice degli annunci.



Google AdSense

Business



Alcuni suggerimenti

- ▶ per attirare più traffico e lead verso il tuo sito:
 - ▶ Crea un Blog per la tua azienda/spettacolo (non è presente un Feed RSS)
 - ▶ Crea un account Twitter/facebook ecc.. e comincia a condividere



WEB FEED

- ▶ **web feed**, o **feed**, detto in italiano **flusso**, è un'unità di informazioni, formattata secondo specifiche (di genere XML) precedentemente stabilite, al fine di rendere interpretabile e interscambiabile il contenuto fra diverse applicazioni o piattaforme.
- ▶ In termini pratici, un feed è un algoritmo, uno script, che permette ad un utente di avere costantemente e automaticamente contenuti aggiornati (da una determinata fonte su un determinato argomento) attraverso un'applicazione o strumento.
- ▶ Questo a differenza, ad esempio, di altri strumenti comunicativi quali le newsletter. A volte, erroneamente, si assimila il feed al contenuto stesso.



RSS (Rich Site Summary)

- ***Il primo standard di web feed, o feed è stato RSS.***
- **RSS - Rich Site Summary – Sommario ricco del sito**



SEO

- **SEO** è l'acronimo inglese per **Search Engine Optimization** e definisce tutte le attività di ottimizzazione di un sito web volte a migliorarne il posizionamento nei risultati organici dei motori di ricerca come Google e Bing.



Processo di SEO

► Il processo di SEO

- **Ottimizzazione Tecnica.** Questa fase permette ai motori di ricerca di accedere e indicizzare correttamente le pagine del tuo sito web.
- **Creazione dei Contenuti.** I contenuti del tuo sito web dovranno rispondere a diversi intenti di ricerca. Se saranno apprezzati dagli utenti, lo saranno anche dai motori di ricerca, perché consapevoli di avere fornito le migliori risposte alle loro domande.
- **Promozione dei Contenuti.** Promuovere contenuti pensati per essere condivisi, è una fase fondamentale per il successo della tua campagna SEO. Essere citati con un link da siti autorevoli, è un modo inequivocabile per comunicare a Google che il tuo è un sito web di qualità.



Processo di SEO

- **On-page SEO:** fa riferimento a quanto bene i contenuti del tuo sito è presentato ai motori di ricerca. Può essere spesso migliorato molto velocemente
- **Off-page SEO:** fa riferimento all'autorevolezza del tuo sito sul Web, basata da cosa e quanto gli altri siti dicono (mediante un link) del tuo. Richiede tempo per cambiare..

Testa il tuo sito con Marketing Grader

