

## DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

### 120331 - MÀRQUETING EN BUSCADORS I PUBLICITAT EN XARXES SOCIALS

#### Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - Antonio Caparrós Zaragoza <[tcaparrros@tecnocampus.cat](mailto:tcaparrros@tecnocampus.cat)>
  - Elisabeth Guillén Amaro <[equillena@tecnocampus.cat](mailto:equillena@tecnocampus.cat)>

#### Idiomes d'impartició

- Català

Alguns materials poden estar en anglés.

#### Competències que es treballen

##### Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

##### Específica

- E13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
- E6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- E9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.

##### General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.

##### Transversal

- T1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- T4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

## Descripció

---

Anàlisi dels principals canals de publicitat de pagament en xarxes socials i cercadors. Anàlisi i elaboració de campanyes SEM i Display. Fonaments i evolució de les principals opcions de publicitat en les diferents plataformes socials.

## Resultats d'aprenentatge

---

Dominar les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos de Màrqueting, de l'e-Màrqueting i de les Xarxes Socials com a suport a la presa de decisions empresarials.

Entendre i dominar la importància de l'anàlisi previ "off-line" vs l'aplicació d'aquest estudi a les diferents XXSS (amb les seves particularitats).

Conèixer i dominar la interfície de Google Ads així com la de les principals plataformes publicitàries de XXSS.

Que l'alumna surti amb els coneixements pràctics suficients per poder treballar de manera eficient com a junior en una empresa de SEM.

## Metodologia de treball

---

### Sessions teòriques

MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura

MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials

MD4. Càpsules de vídeo: Recurs en format vídeo, que inclou continguts o demostracions dels eixos temàtics de les assignatures.

### Aprenentatge dirigit

MD5. Seminari: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau

### Aprenentatge autònom

MD9. Resolució d'exercicis i problemes: Activitat no presencial dedicada a la resolució d'exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor

*Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.*

*El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.*

*L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.*

## Continguts

---

### Tema 1. Introducció al màrqueting en buscadors

- Màrqueting Online vs Màrqueting Offline. Un nou paradigma
- Fonaments dels Buscadors: Què són i com funcionen?
- Què és el SEM i on podem fer SEM?
- SEO vs SEM.
- Mètriques y KPI's bàsiques del màrqueting en buscadors

### Tema 2. Màrqueting en buscadors amb Google Adwords

- Primers passos: Coneixent Google Adwords i la seva interfície
- Disseny de campanyes i distribució per tipologia de canal
- El paper de la Landing Page
- Medició de resultats i integració amb Google Analytics

### Tema 3. Publicitat en Xarxes Socials

- Capacitat de segmentació de públic a través d'aquestes xarxes socials.
- Facebook & Instagram: Pàgines de empresa a Facebook i la rellevància de les publicacions. Tipus de publicitat.
- Twitter: Les publicacions patrocinades a Twitter.
- Altres xarxes socials: Youtube, Pinterest

## Activitats d'aprenentatge

---

AF1. Sessions teòriques  
AF2. Seminaris  
AF3. Treball en grup  
AF5. Estudi personal

## Sistema d'avaluació

---

SE4. Examen final (teòrico-pràctic): 40%

SE2. Pràctica grupal Google Ads Search: 30%

SE3. Pràctica grupal Google Ads Display 15%

SE5. Pràctica grupal Campanya Xarxes: 15%

Es necessari que les alumnes realitzin les diferents campanyes que és demanen a l'assignatura.

**Cada grup de treball serà responsable** de la gestió global de totes les parts d'aquestes campanyes incloent **creació, disseny, optimització i gestió del pressupost**.

L'assignatura s'aprova **si la mitjana global és igual o superior a 5**, independentment que alguna de les parts hagi quedat suspesa.

L'examen de recuperació **només** recupera la nota de l'examen de primera convocatòria.

## Recursos

---

### Bàsics

Bibliografies

- Advanced Google Adwords, Brad Geddes. Ed Sybex 3rd Edition

### Complementaris

Bibliografies

- The Cluetrain Manifesto, David Weinberger y Christopher Locke. Ed Deusto
- The New Rules of Marketing and PR, David Meerman Scott. Ed Wiley 4th Edition