

## GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

### 5110 - EINES PROFESSIONALS DE MÀRQUETING DIGITAL

---

#### Informació general

---

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 6
- Professorat:
  - Elisabeth Guillén Amaro [<equillena@tecnocampus.cat>](mailto:equillena@tecnocampus.cat)

#### Idiomes d'impartició

---

- Català
- Castellà
  
- Català.

Alguns materials poden estar en anglès o castellà.

#### Competències que es treballen

---

##### Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïxin les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins la seva àrea d'estudi.

##### Específica

- CE2. Aplicar els principis de màrqueting i investigació de mercats
- CE4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.
- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats.
- CE7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.

##### General

- CG1. 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

- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

## Descripció

---

El principal objectiu d'aquesta optativa és que els alumnes coneguin les eines de màrqueting professional, així com el seu funcionament a través de l'ús de les eines a l'aula.

L'optativa està pensada per ser eminentment pràctica, però sempre raonant el per què utilitzem una eina o una altra.

Gràcies a les eines de Màrqueting podem dissenyar, gestionar i optimitzar l'estratègia de màrqueting d'un negoci. Amb elles podem:

- Multiplicar la productivitat d'una empresa.
- Accedir a dades i mètriques crítiques en temps real (la qual cosa no és possible en la publicitat tradicional).
- Millorar els resultats de l'estratègia digital gràcies a la utilització de les diferents eines de màrqueting digital.

## Resultats d'aprenentatge

---

- Conèixer com aprofitar les principals eines digitals per al desenvolupament d'una estratègia de màrqueting digital.
- Saber com funcionen a través de l'aprenentatge pràctic les principals eines de màrqueting digital.
- Descobrir el poder de les eines digitals en l'estratègia de màrqueting de qualsevol empresa.
- Saber analitzar i gestionar la informació que ens aporten les eines per prendre les decisions més encertades.
- Conèixer les diferents eines i saber triar la que millor s'adapti a les necessitats del negoci.

## 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

*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:** Eines de Xarxes Socials

**Tema 2:** Eines d'Analítica Web

**Tema 3:** Eines de SEO i SEM

**Tema 4:** Eines d'anàlisi i competència

**Tema 5:** Eines d'Inbound Màrqueting

**Tema 6:** Eines de gestió i productivitat.

## Activitats d'aprenentatge

---

AF1. Sessions teòriques

AF2. Seminaris

AF3. Treball en grup

AF5. Estudi personal

## Sistema d'avaluació

---

SE.6 Examen final (teòric-pràctic): 50%

SE1. Pràctica grupal xarxes socials: 10%

SE2. Pràctica grupal Eines SEO i SEM: 10%

SE3. Pràctica grupal Eines d'Anàlisi i competència: 10%

SE4. Pràctica grupal Inboud Màrqueting: 10%

SE.5 Pràctica grupal Eines de gestió i productivitat: 10%

És necessari que les alumnes realitzin les diferents pràctiques que es demanen a l'assignatura. Cada grup de treball serà responsable de la gestió global de totes les parts de l'assignatura. L'assignatura s'aprova si la mitjana global és igual o superior a 5, independentment que alguna de les parts hagi quedat suspesa.

### Exàmens:

- Els exàmens són presencials
- L'examen de recuperació només recupera la nota de l'examen de primera convocatòria.
- Una alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO es pot presentar a la recuperació.

### Miscel·lània:

- Qualsevol condició que comporti el suspens de l'assignatura, és de forma directa i sense possibilitat de recuperació. Aquests supòsits estan indicats directament en les matèries relacionades (treball grupal, normes de conducta etc.)