TecnoCampus
Escola Superior
de Ciències Socials i de l'Empresa

Centre adscrit a la
Universitat Pompeu Fabra Barcelona

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5224 - ESTRATÈGIES DE CAPTACIÓ PER ECOMMERCE

Informació general

- Tipus d'assignatura : Optativa
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Crèdits: 4
- Professorat:
    - Bruno Gabarrón Leiva <bgabarronl@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Castellà

Alguns recursos poden estar en anglès.

Competències que es treballen

Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- CB2. Que els estudiants sàpiguen aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseeixin 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.
- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- 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.
- CE6. Sintetitzar i avaluar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial.
- CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
-

CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.

- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.

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.
- CT5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

Descripció

L'assignatura "Estratègies de captació per eCommerce" té com a objectiu principal saber definir una estratègia de captació per a eCommerce, utilitzant els diferents canals d'adquisició actuals.

A partir dels diferents temes, treballarem amb la definició d'una estratègia i les diferents accions que la composen, depenent del tipus de client que tinguem, el seu objectiu i públic al qual es vol impactar.

Un cop acabada l'assignatura, l'estudiant ha de poder definir una estratègia i plantejar les accions corresponents als diferents canals disponibles, per poder assolir l'objectiu plantejat de qualsevol persona propietària d'un eCommerce.

Resultats d'aprenentatge

- Conèixer i saber aplicar accions en els diferents canals d'adquisició de vendes d'un eCommerce.
- Saber plantejar una estratègia segons l'objectiu de l'eCommerce.
- Saber definir les accions que formaran part de l'estratègia.
- Saber identificar i diferenciar en quin moment de l'embut de compra està cadascun dels clients del eCommerce i definir accions específiques per a cadascun d'ells.

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.
MD2. Conferències: Sessions presencials o transmeses en streaming, tant a les aules de la universitat com en el marc d'una altra institució, en les quals un o diversos especialistes exposen les seves experiències o projectes davant els estudiants.
MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials.

Aprenentatge dirigit
MD5. Seminaris: Format presencial en petits grups de treball. 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.
MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret, el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants.

Continguts

1. Introducció a l'assignatura.
2. "Onboarding" de client.
3. El funnel de màrqueting.
4. Meta Ads.
5. Google Ads.
    1. Search.
    2. Display.
    3. Shopping.
    4. YouTube.
    5. Discovery.
    6. Performance Max.
6. TikTok Ads.
7. Gestió orgànica de Xarxes Socials.
8. "Influencer Marketing".

9. Estratègies per dates especials (Black Friday, Nadal, Sant Valentí, etc.).

Activitats d'aprenentatge

AF1. Sessions teòriques
AF2. Seminaris
AF3. Treball en grup

Sistema d'avaluació

SE1 Participació en activitats plantejades dins de l'aula: 15%

SE2 Treball grupal: 40%

SE3 Exposicions: 15%

SE4 Examen final: 30%

Requeriments per aprovar l'assignatura:

- Les persones que no obtinguin com a mínim una nota igual o superior a 5 al treball final, no aprovaràn l'assignatura, encara que el promig, tenint en compte la nota de les altres avaluacions estigui aprovat.

- Les persones que no obtinguin com a mínim una nota igual o superior a 5 a l'examen final, no aprovaràn l'assignatura, encara que el promig, tenint en compte la nota de les altres avaluacions estigui aprovat.

Recuperacions:

- Les activitats plantejades a l'aula, les exposicions i el treball final, no són recuperables.

- L'examen final és recuperable. La nota de l'examen de recuperació ha de ser igual o superior a 5 per poder aprovar.

Recursos

Complementaris

Enllaços web

- Guia d'anuncis de Facebook
- Guia d'anuncis de Google