

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

120321 - MÀRQUETING DE CONTINGUTS

Informació general

- Curs acadèmic 2023/24
- Curs: Tercer
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Raimon Sastre Boquet <rsastreb@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català
- Castellà

Les classes es desenvoluparan en català.

Els materials complementaris poden ser en català, castellà o anglès.

Presentació de l'assignatura

Aquesta assignatura té per objectiu que l'alumnat aprengui a **crear una estratègia de màrqueting de continguts** adaptada a uns objectius que venen marcats per una estratègia empresarial, institucional o de marca personal, fent el focus principal en la part més àmplia de l'embut de vendes (TOFU) centrat en donar a conèixer la marca i generar confiança cap al client potencial. El màrqueting de continguts fuig del màrqueting push on es proposa la compra al client potencial, sinó que es prepara el terreny perquè el mateix consumidor s'acosti a la marca de manera voluntària i també faci la compra sense cap tipus de pressió, ni petició de la marca.

L'assignatura capacita l'alumne a entendre els diferents continguts generats per a qualsevol empresa en l'entorn digital, de manera que es pugui relacionar amb els principals *stakeholders* (empleats, clients, accionistes, mitjans de comunicació, mitjans digitals, bloggers, comunitats, etc.).

Durant l'assignatura de màrqueting de continguts es parlarà d'**storytelling**, de **tècniques de copywriting** per atraure l'usuari i de formats de continguts més atractius, així com d'altres estratègies per generar continguts com la **content curation**.

També entrarem en el món de la **cultura transmèdia** i què implica crear continguts transmèdia.

La **intel·ligència artificial** tindrà una presència constant al llarg de l'assignatura per analitzar les eines de creació de continguts a través de les eines IA.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

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

Específica

- E10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.

-

E11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negocis que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives.

- E14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- E1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
- E5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- E7. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir.
- 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.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

No definides

Continguts

Tema 1. Introducció al màrqueting de continguts

- 1.1 Definició del concepte.
- 1.2 Fases de l'inbound marketing.
- 1.3 Inbound marketing vs. Outbound marketing.
- 1.4 Creació de continguts. Classificacions i tipologies de continguts digitals.

Tema 2. Eines del màrqueting no intrusiu.

- Web corporativa.
- Bloc.
- Newsletter.
- E-books.
- Guies.
- Llibres blancs.
- Notes de premsa. Sala de premsa 2.0.

Tema 3. Elaboració de continguts i escriptura

- 3.1 Tècniques de redacció periodística: piràmide invertida, 6W, KISS...
- 3.2 Tècniques de redacció creativa i escriptura 2.0: hipervincles, destacats, patró de la F...
- 3.3 Curació de continguts. Autors i models.

Tema 4. Continguts multimèdia

- Vídeo.
- Audio: podcasting.
- Infografies.
- Memes.
- Eines digitals.

Tema 5. El context comunicatiu del màrqueting.

- Màrqueting a la societat connectada.
- Comunicació 2.0, prosumers i infoxicació.
- Marca personal vs. marca corporativa.

Tema 6. El transmèdia en el màrqueting de continguts.

Tema 7. Storytelling.

- Empreses narradores.
- Creació de missatges motivadors.

Tema 8. Noves tendències: quins són els següents passos en la creació de continguts?

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Sistema d'avaluació i qualificació

L'avaluació final de l'assignatura de Màrqueting de continguts constarà d'un examen final, un Pla Estratègic de Continguts (PEC) i una exposició grupal del PEC, amb les següents ponderacions:

Examen 50%

Pla Estratègic de Comunicació 40%

Presentació 10%

- L'assignatura és presencial i s'ha de seguir des del principi del curs.
- Si un alumne/a és expulsat/da de classe té l'assignatura suspesa sense possibilitat de recuperació.
- Per aprovar l'assignatura és necessari aprovar l'examen final, independentment que la mitjana global de l'assignatura resulti aprovada (no és així en el cas del treball grupal)