

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5066 - SOLOMO

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Jordi Oller Nogués <jooller@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Castellà

L'assignatura serà impartida en castellà amb l'ús intensiu de lectures, vídeos, i altres materials en anglès, de forma tal que la proporció d'idiomes quedaria així:
castellà 50%
anglès 50%

Els alumnes podran utilitzar el català en les seves exposicions i treballs presentats.

Presentació de l'assignatura

Publicitat i Promoció usant estratègies de màrqueting que combinen el social, el local i el mòbil: SoLoMo, és una assignatura pràctica dedicada al desenvolupament de apps tipus SoLoMo en les quals s'integren totes les possibilitats que ofereix l'ús creixent dels dispositius mòbils vinculats a totes les activitats de la vida, l'ús de la geolocalització i el seu aprofitament en les estratègies de màrqueting i el reconegut paper de les xarxes socials i la seva influència en la presa de decisions del consumidor.

SoLoMo es aplicarà el local, el social i el mòbil a les estratègies de Publicitat i Promoció.

Competències/Resultats d'aprenentatge

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

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

General

-

CG2. 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

- 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.

No definides

Continguts

Tema 1

Que? e?s SOLOMO?

Noves tendències en les Estratègies de Ma?rqueting SOLOMO

Tema 2

Xarxes Socials i Comportament del nou consumidor

El paper de les xarxes socials en el model de decisi?de compres del nou consumidor

Tema 3

La Geolocalizaci? i la seva aplicaci? al Ma?rqueting

La importa?ncia de la geolocalizaci? i la seva aplicaci? al mo?n dels negocis locals

Tema 4.

L'aplicaci? de les estratègies de Ma?rqueting SOLOMO al consumidor multipantalla. Estratègies de Ma?rqueting en dispositius mo?bils

Tema 5.

L'aplicaci? de les estratègies SOLOMO al sector del turisme i la gestio? del temps lliure

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures

Sistema d'avaluació i qualificació

L'avaluació de l'assignatura serà en funció de:

Un examen, a final del trimestre, que suposarà un 50% de la nota. La nota final de l'examen ha de ser com a mínim de 5 punts per a aprovar.

La preparació de treballs pràctics on l'alumnat demostrarà la seva capacitat i habilitat per dissenyar e implementar estratègies SoLoMo a les empreses i organitzacions 50% de la nota.

Recuperació. En cas que un estudiant hagi suspès podrà anar a la recuperació, però només d'aquelles parts que no hagi superat, mantenint-se els percentatges esmentats sobre la nota final.