

GRAU EN ENGINYERIA INFORMÀTICA DE GESTIÓ I SISTEMES D'INFORMACIÓ

103413 - COMUNICACIÓ CORPORATIVA I MÀRQUETING EN INTERNET

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Tecnologia
- Tipus d'assignatura: Obligatoria
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Jordi Jordano Massó <jjordano@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Català

Les classes i les presentacions seran en català. Els materials de suport estaran en l'idioma original que s'han elaborat podent ser català, castellà o anglès.

Presentació de l'assignatura

Donar nocions de les tècniques de comunicació corporativa i l'ús d'internet per al màrqueting, i estudiar la base tecnològica que fa possible aquestes tècniques. S'analitzarà la problemàtica des del punt de vista corporatiu i les solucions tècniques i les seves limitacions. En la part pràctica es plantejarà un repte real que caldrà solucionar aplicant l'ús de tecnologies de la informació posant en pràctica conceptes, tècniques i metodologies de la comunicació corporativa i del màrqueting.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, 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.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B3_ Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi), per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants de caire social, científica o ètica
- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tan especialitzat com no especialitzat
- B5_ Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

Comú

- CIN2_ Capacitat per a planificar, concebre, desplegar i dirigir projectes, serveis i sistemes informàtics en tots els àmbits, liderant la seva posada en marxa i la seva millora contínua i valorant el seu impacte econòmic i social
-

CIN3_Capacitat per a comprendre la importància de la negociació, els hàbits de treball efectius, el lideratge i les habilitats de comunicació en tots els entorns de desenvolupament de software

Específica

- EFB6_Coneixement adequat del concepte d'empresa, marc institucional i jurídic de l'empresa. Organització i gestió d'empreses
- ESI1_Capacitat per integrar solucions de Tecnologies de la Informació i de les Comunicacions i processos empresarials per a satisfer les necessitats d'informació de les organitzacions, permetent arribar als seus objectius de forma efectiva i eficient, aconseguint així avantatges competitives

Transversal

- T1_Que els estudiants coneixin un tercer idioma, que serà preferentment l'anglès, amb un nivell adequat de forma oral i per escrit, d'acord amb les necessitats que tindran les graduades i els graduats a cada titulació
- T2_Que els estudiants tinguin capacitat per a treballar com a membres d'un equip interdisciplinari ja sigui com un membres més, o realitzant tasques de direcció amb la finalitat de contribuir a desenvolupar projectes amb pragmatisme i sentit de la responsabilitat, assumint compromisos tenint en compte els recursos disponibles

No definides

Continguts

1. Introducció a la comunicació corporativa i màrqueting digital
2. Framework RACE
3. Anàlisi: Intern, extern, competència i posicionament
4. Objectius, estratègies i tàctiques: pilars RACE, mètriques i KPI i estratègies de màrqueting digital
5. Planificació, execució i anàlisi: Calendari, tàctiques i monitorització
6. Design Thinking: Empatitzar, definir, idear, prototipar i test

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 16 - Pau, justícia i institucions sòlides
- 05 - Igualtat de gènere
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 10 - Reducció de les desigualtats
- 17 - Aliança pels objectius
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures

Activitats i Sistema d'avaluació

La nota final del curs s'obtindrà de la següent ponderació:

- Nota del projecte (grup): 60%
- Coavaluació (individual): 10%
- Seguiment (individual): 10%
- Defensa (individual): 20%

La coavaluació i el seguiment determinarà la participació i implicació individual en el projecte. La no participació activa en la realització del projecte (no superar la coavaluació i el seguiment) provoca el suspens de l'assignatura.

Si se suspenen les notes de Coavaluació i Seguiment, o/i si la nota final és inferior a 5 l'alumne podrà presentar-se a un examen de recuperació, en les dates definides en el calendari d'exàmens. L'examen de recuperació no fa mitja amb les notes del projecte.

Qualsevol forma de frau acadèmic serà sancionada d'acord amb la normativa d'avaluació del centre. En cas que es detectin indicis de frau, inclòs l'ús indegut d'eines d'intel·ligència artificial generativa, el professorat de l'assignatura podrà convocar l'estudiant a una entrevista individual amb l'objectiu de verificar-ne l'autoria. A més a més, pel cas particular d'aquesta assignatura l'ús d'intel·ligències artificials generatives (IAGs) s'ha de limitar a aquells aspectes que no són fonamentals en el context de l'assignatura. Es poden utilitzar, de manera crítica, com a mecanisme per a resoldre dubtes sobre la matèria i/o per a millorar la redacció de documents lliurables i/o com ajut en la generació de codi de caràcter auxiliar que queda fora de l'abast dels temes de l'assignatura. En el segon cas (millora de la redacció) caldrà explicitar en el document la participació d'IAG en la redacció. En el darrer cas (generació de codi) serà imprescindible esmentar la seva naturalesa de "generat mitjançant IAG" explicitant-ne el model utilitzat i el prompt subministrat, fins i tot si ha estat posteriorment

personalitzat i/o modificat. Davant dels dubtes respecte de la legitimitat o no de la utilització d'IAGs cal contactar, a priori, amb el professorat de l'assignatura.

Bibliografia i Recursos

- Holiday, Ryan (2014). Growth Hacker Marketing: El Futuro Del Social Media Y La Publicidad. Anaya Multimedia. ISBN-13: 978-8441535749
- Jenkins, Henry (2015). Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa. ISBN-13: 978-8497848442
- Christakis, Nicholas A. (2010). Connected. Taurus. ISBN-13: 978-6071104434
- Easley, David, Kleinberg, John. (2010) Networks, Crowds, and Markets: Reasoning About a Highly Connected World. Cambridge University Press. <http://www.cs.cornell.edu/home/kleinber/networks-book/>
- Gladwell, Malcolm (2013). The Tipping Point. Taurus. ISBN-13: 978-8430606344
- Hanneman, R., Riddle, M. (2005) Introduction to Social Networks Methods. <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/nettext/>
- The Cluetrain Manifesto. <http://www.cluetrain.com/>