TecnoCampus
Centres universitaris adscrits a la upf. Universitat Pompeu Fabra Barcelona

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500231 - MÀRQUETING EN BUSCADORS I PUBLICITAT EN XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2025/26
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Obligatòria
- Curs: Segon
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
  - Elisabeth Guillén Amaro <eguillena@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Castellà
- Català

Alguns materials poden estar en anglés.

Presentació de l'assignatura

Anàlisi dels principals canals de publicitat de pagament en xarxes socials i cercadors. Anàlisi i elaboració de campanyes SEM i Display. Fonaments i evolució de les principals opcions de publicitat en les diferents plataformes socials.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, transfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem 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

- 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.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

Específica

- 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.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.
- CE15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.

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

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

No definides

Continguts

Tema 1. Introducció al màrqueting en buscadors

- Màrqueting Online vs Marqueting Offline. Un nou paradigma
- Fonaments dels Buscadors: Què són i com funcionen?
- Què és el SEM i on podem fer SEM?
- SEO vs SEM.
- Mètriques y KPI's bàsiques del màrqueting en buscadors

Tema 2. Màrqueting en buscadors amb Google Adwords

- Primers passos: Coneixent Google Adwords i la seva interfaç
- Diseny de campanyes i distribució per tipologia de canal
- El paper de la Landing Page
- Medició de resultats i integració amb Google Analytics

Tema 3. Publicitat en Xarxes Socials

- Capacitat de segmentació de públic a través d'aquestes xarxes socials.
- Facebook & Instagram: Pàgines de empresa a Facebook i la rellevància de les publicacions. Tipus de publicitat.
- Twitter: Les publicacions patrocinades a Twitter.
- Altres xarxes socials: Youtube, Pinterest

Objectius de Desenvolupament Sostenible

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

Activitats i Sistema d'avaluació

SE4. Proves avaluatives (teorico-pràctic): 60%

SE2. Treball Final: 40%

És necessari que les alumnes realitzin les diferents campanyes que es demanen a l'assignatura.
Cada grup de treball serà responsable de la gestió global de totes les parts d'aquestes campanyes incloent **creació, disseny, optimització i gestió del pressupost.**

Per superar l'assignatura, és necessari que **l'examen final (SE4) tingui una qualificació igual o superior a 50 sobre 100.**
El treball en grup NO és recuperable; ja que les diferents i independents campanyes permetran veure a l'alumna si l'està realitzant correctament o no.

- **Activitats/Treballs**:

- Els casos (individuals i grupals) es lliuraran via Moodle amb dead-line (revisar cada hora límit al propi Moodle). La data de cada tasca està marcada al Cronograma i es comentaran a la primera classe de l'assignatura. Si hi hagués alguna confusió entre les dates d'entrega a cronograma i Moodle, la que preval sempre és la de Moodle.

- No s'acceptaran lliuraments via correu electrònic o altre mitjà que no sigui la tasca de Moodle.

- Les tasques lliurades més enllà de la data final i fins a 24h després tindran 1 punt de penalització a la nota. Més enllà de 24 hores no s'acceptarà cap tasca, i comporta un zero a la tasca sota qualsevol supòsit.

- En cas d'alumnes repetidores: La nota d'un treball es manté només si aquesta és superior a 7 sobre 10, i només en una convocatòria. Si aquests requisits no es compleixen, l'alumna ha de fer el treball en grup com la resta d'alumnes.
Sota cap precepte es pot fer un treball de manera individual o fer una millora de lliuraments anteriors (el treball s'avaluarà des de zero com qualsevol altre treball).

- Els treballs grupals no es poden fer de manera individual sota cap cas.

- **Exàmens**:

- Els exàmens són presencials i sota cap supòsit es poden fer en línia.

- L'examen de recuperació **només** recupera la nota de l'examen de primera convocatòria.

- Un(-a) alumne(-a) 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.)

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.

Bibliografia i Recursos

- PPC Cast (Podcast): https://ppccast.com/
- The Cluetrain Manifesto, David Weinberger y Christopher Locke. Ed Deusto
- The New Rules of Marketing and PR, David Meerman Scott. Ed Wiley 4th Edition
- Advanced Google Adwords, Brad Geddes. Ed Sybex 3rd Edition
- Google Academy Certification (2024) https://skillshop.docebosaas.com/learn
- Google Adwords, Enrique del Valle. Altaria Editorial