

GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ

1225 - PUBLICITAT EN LÍNIA DES DE XARXES SOCIALS

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Optativa
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Ma Cristina Pérez Pietri [<mperezp@tecnocampus.cat>](mailto:mperezp@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Castellà

Presentació de l'assignatura

El temari de l'assignatura pretén donar a conèixer l'estructura de les campanyes de publicitat digitals, els elements pràctics per a posar en marxa i gestionar campanyes de Màrqueting Digital en Xarxes Socials (Facebook i Instagram) així com les estratègies i els elements d'anàlisis i KPIs que permetrà mesurar l'efectivitat d'aquestes.

La realització de les activitats permetrà:

- Posar en pràctica els coneixements adquirits durant el procés d'aprenentatge.
- Analitzar casos reals de campanyes de publicitat realitzades a través de Facebook & Instagram.
- Utilitzar diferents recursos per a la creació i optimització de campanyes de publicitat a través de xarxes socials.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B1_ Que els estudiants hagin demostrat tenir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteixi de la base de l'educació secundària general, i es sol trobar a un nivell que, si bé té suport en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de la vanguardia del seu camp d'estudi
- B2_ Que els estudiants sàpiguin aplicar els seus coneixements a la seva feina o vocació d'una forma professional i tinguin les competències que cal demostrar per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi
- 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, científic o ètic
- B4_ Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant 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

Específica

- E1_ Interpretar conceptes econòmics bàsics i el raonament econòmic, així com el funcionament microeconòmic i macroeconòmic
- E2_ Definir la política de l'empresa en entorns internacionals i impregnar una dimensió global i internacional als negocis empresarials
- E3_ Analitzar i valorar la informació dels estats comptables, aplicant criteris legals o definits per l'empresa, avaluar el rendiment econòmic i elaborar informes financers que serveixin per a la presa de decisions
- E4_ Avaluar i definir les polítiques de personal d'una empresa o organització empresarial, seleccionar equips de treball, definir perfils i establir necessitats de personal
- E5_ Analitzar contextes empresarials, identificar mercats i clients i establir estratègies de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores.
- E6_ Interpretar normativa legal i d'organització institucional i gestionar informació d'àmbit empresarial.
- E7_ Elaborar projectes i propostes d'empreses innovadores establint principis de responsabilitat social en la gestió i integrant la perspectiva de gènere com a indicadors de qualitat i innovació.
- E8_ Organitzar les operacions productives de l'empresa
- E9_ Utilitzar les eines matemàtiques i eines avançades d'estadística per a la presa de decisions i pel contrast d'hipòtesis econòmiques varies
- E10_ Reconèixer i comprendre els mecanismes d'innovació i emprenedoria i desenvolupar iniciativa emprenedora a través de models teòrics que s'ajustin a una idea de negoci.
- E11_ Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic, tant per buscar oportunitats innovadores com per establir els processos necessaris per adaptar l'organització a aquest entorn.
- E12_ Generar habilitats estratègiques contemplant l'entorn operatiu com a un projecte i establint pautes a llarg plaç i a gran escala
- E13_ Crear connexions entre persones, col.laboradors i empreses, posant en contacte a gent que en circumstàncies normals no coincidirien.
- E14_ Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació empresarial aplicades en aquests sectors i comparar-les entre elles.
- E15_ Reunir i interpretar dades significatives per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants en l'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.
- E16_ Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en almenys una tercera llengua estrangera

General

- G1_ Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant enfront 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 del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament
- G3_ Integrar els valors de justícia social, d'igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i que es basa en la cultura del diàleg i de la pau

Transversal

- T1_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dies llengües oficials a Catalunya
- T2_Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional
- T3_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc
- T4_Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària
- T5_Desenvolupar tasques aplicant, amb flexibilitat i creativitat, els coneixements adquirits i adaptant-los a contextes i situacions noves

No definides

Continguts

1. Publicitat en línia. Conceptes claus.
2. Branding . Propòsit de Marca
3. Campanyes publicitàries. Tipus.
4. Dades, Target, Público objectiu. Generació d'audiències.
5. Introducció al Business Manager de Facebook i Instagram Ads. Creació d'un compte d'anuncis.
6. El funnel de conversió. Plantejament estratègic i definició inicial.
7. Objectius i tipus de campanyes disponibles.
8. La segmentació de les teves campanyes: un element clau.
9. Generació d'audiències i públics personalitzats.
10. Eines i recursos per a la realització de campanyes de publicitat i tracking. El Píxel de Facebook, API & altres recursos.
11. Anàlisi d'exemples reals i resultats. KPIs.
12. Informes i anàlisis de resultats de les teves campanyes. Millora dels resultats.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 12 - Consum i producció responsables
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

L'assignatura s'impartirà de forma presencial 2 dies a la setmana i es plantejaran activitats practiques a desenvolupar de manera autònoma dins de l'aula.

1. **Sessions teòriques** que serviran per a establir els conceptes claus sobre la generació de campanyes de publicitat a través de mitjans digitals i els recursos disponibles.
2. **Sessions pràctiques:** Treball en grup
3. Treball individual

L'avaluació de l'assignatura inclourà el lliurament de les següents activitats pràctiques:

1. Optimització del Business Manager i creació d'un compte d'anuncis. (5%)
2. Anàlisi de dades prèvies (Customer Journey - Target) per a determinar una estratègia adaptada a l'àrea de negoci a treballar: moda, esports, entreteniment, alimentació, cura personal, etc. (5%)
3. Plantejament estratègic d'una campanya de publicitat en xarxes socials basada en un funnel de conversió. (5%)
4. Creació d'una proposta de campanya d'anuncis optimitzada (Creative Hub) segons els canals de distribució: stories, feed, news, marketplace, etc. (10%)
5. Anàlisi de cas pràctic. (5%)
6. Projecte final: Customer Journey, Target, Briefing de Campanya i Anuncis (30%)
7. Exam: 40%

Serà obligatori per aprovar l'assignatura realitzar totes les 5 activitats inicials prèvies al projecte final plantejades durant el curs.

Per aprovar l'assignatura és necessari: Que la mitjana final de les notes sigui igual o superior a 5 punts. *Un alumne que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.*

Bibliografia i Recursos

-

A New Level of Transparency for Ads and Pages [n.d.]. (Acceso: 10/12/2024) A New Level of Transparency for Ads and Pages.
<https://newsroom.fb.com/news/2018/06/transparency-for-ads-and-pages/>

- Facebook tema, practicas recomendadas (10 Diciembre 2024) Beneficios de la publicidad personalizada para pequeñas empresas.
<https://www.facebook.com/business/news/the-power-of-personalized-ads-in-supporting-small-businesses>
- Prestigia Online, Perez, Ma. Cristina. (10/12/2024) Facebook Ads o Google Ads ¿Cuál utilizar en mi negocio? [Publicación de blog.] Recuperado de:
<https://www.prestigia.es/blog/facebook-ads-o-google-ads-cual-utilizar-en-mi-negocio/>
- Seiler, S., Yao, S. (2017). El impacto de la publicidad a lo largo del embudo de conversión. Quant Mark Econ 15, 241-278
<https://doi.org/10.1007/s11129-017-9184-y>