

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5110 - EINES PROFESSIONALS DE MÀRQUETING DIGITAL

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Optativa
- Curs: Quart
- Trimestre: Segon
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Elisabeth Guillén Amaro [<eguillena@tecnocampus.cat>](mailto:eguillena@tecnocampus.cat)

Llengües de docència

- Català
- Català.

Alguns materials poden estar en anglès o castellà.

Presentació de l'assignatura

El principal objectiu d'aquesta optativa és que els i les alumnes coneguin les eines de màrqueting professional, així com el seu funcionament a través de l'ús de les eines a l'aula.

L'optativa està pensada per ser eminentment pràctica, però sempre raonant el per què utilitzem una eina o una altra.

Gràcies a les eines de Màrqueting podem dissenyar, gestionar i optimitzar l'estratègia de màrqueting d'un negoci. Amb elles podem:

- Multiplicar la productivitat d'una empresa.
- Accedir a dades i mètriques crítiques en temps real (la qual cosa no és possible en la publicitat tradicional).
- Millorar els resultats de l'estratègia digital gràcies a la utilització de les diferents eines de màrqueting digital.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB2. Que els estudiants sàpiguin 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.
- CB3. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

Específica

- CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.
-

CE4. Analitzar i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes, així com prendre decisions en relació amb la variable del producte, preu, distribució i comunicació.

- 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.

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.

No definides

Continguts

Tema 1: Eines WEB, SEO i SEM

Tema 2: Eines d'Analítica Web

Tema 3: Eines de Xarxes Socials

Tema 4: Eines d'anàlisis i competència

Tema 5: Eines d'Inboud Màrqueting

Objectius de Desenvolupament Sostenible

- 05 - Igualtat de gènere
- 04 - Educació de qualitat

Activitats i Sistema d'avaluació

SE.7 Examen final (teòric-pràctic): 40%

Tema 1: Eines WEB, SEO i SEM

SE 1. Pràctica Auditoria SEO i SEM. 10%

SE 2. Pràctica Domini, Hosting i Landing. 10%

Tema 2: Eines d'Analítica Web

SE 3. Instal·lació Google Analytics, Google Tag Manager, Google Search Console i programació de l'informe Looker Studio. 10%

Tema 3: Eines de Xarxes Socials

SE4. Pràctica Auditoria i Pla de Xarxes Socials. 10%

Tema 4: Eines d'anàlisis i competència

SE5. Examen parcial tipus test. 10%

Tema 5: Eines d'Inboud Màrqueting

SE6. Pràctica Inboud Màrqueting: 10%

És necessari que les alumnes realitzin les diferents pràctiques que es demanen a l'assignatura. Cada parella de treball serà responsable de la gestió global de totes les parts de l'assignatura. L'assignatura s'aprova si la mitjana global és igual o superior a 5, independentment que alguna de les parts hagi quedat suspesa.

Exàmens:

- Els exàmens són presencials

- L'examen de recuperació només recupera la nota de l'examen de primera convocatòria.
- Una alumne 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.)

Bibliografia i Recursos

- Sanagustín Fernández, Eva. Plan de contenidos para medios sociales. Barcelona: Editorial UOC, septiembre 2017.
- Maciá Domene, Fernando. SEO avanzado : casi todo lo que sé sobre posicionamiento web. Madrid : Anaya Multimedia, 2019
- Rojas, Pedro (Rojas Aguado). Community management en una semana. Barcelona: Gestión 2000, cop. 2011