

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

5224 - ESTRATÈGIES DE CAPTACIÓ PER ECOMMERCE

Informació general

- Curs acadèmic 2026/27
- Departament: Empresa
- Tipus d'assignatura: Optativa
- Curs: Quart
- Trimestre: Primer
- Nombre de crèdits: 4
- Professorat:
 - Bruno Gabarrón Leiva <bgabarronl@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Castellà

Alguns recursos poden estar en anglès.

Presentació de l'assignatura

L'assignatura "Estratègies de captació per eCommerce" té com a objectiu principal saber definir una estratègia de captació per a eCommerce, utilitzant els diferents canals d'adquisició actuals.

A partir dels diferents temes, treballarem amb la definició d'una estratègia i les diferents accions que la componen, depenent del tipus de client que tinguem, el seu objectiu i públic al qual es vol impactar.

Un cop acabada l'assignatura, l'estudiant ha de poder definir una estratègia i plantejar les accions corresponents als diferents canals disponibles, per poder assolir l'objectiu plantejat de qualsevol persona propietària d'un eCommerce.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- CB1. Que els estudiants hagin demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es recolza en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- 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.
- CB4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

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.
- CE2. Aplicar els principis de màrqueting i investigació de mercats
- 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.
- CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.
- 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.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.

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

- 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

1. Introducció a l'assignatura.
2. "Onboarding" de client.
3. El funnel de màrqueting.
4. Meta Ads.
5. Google Ads.
 1. Search.
 2. Display.
 3. Shopping.
 4. YouTube.
 5. Discovery.
 6. Performance Max.
6. TikTok Ads.
7. Estratègies per dates especials (Black Friday, Nadal, Sant Valentí, etc.).

Objectius de Desenvolupament Sostenible

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

Activitats i Sistema d'avaluació

SE1 Participació en activitats plantejades dins de l'aula: 15%

SE2 Treball grupal: 35%

SE3 Exposicions: 15%

SE4 Examen final: 35%

Requeriments per aprovar l'assignatura:

- Les persones que no obtinguin com a mínim una nota igual o superior a 5 al treball final, no aprovaràn l'assignatura, encara que el promig, tenint en compte la nota de les altres avaluacions estigui aprovat.
- Les persones que no obtinguin com a mínim una nota igual o superior a 5 a l'examen final, no aprovaràn l'assignatura, encara que el promig, tenint en compte la nota de les altres avaluacions estigui aprovat.
- Les persones que no tinguin una assistència mínima a classe (60% de les classes), podran suspendre l'assignatura.

Recuperacions:

- Les activitats plantejades a l'aula, les exposicions i el treball final, no són recuperables.
- L'examen final és recuperable. La nota de l'examen de recuperació ha de ser igual o superior a 5 per poder aprovar.

Bibliografia i Recursos

- [Guia d'anuncis de Facebook](#)
- [Guia d'anuncis de Google](#)
- Del Valle de la Villa, Enrique (2016) Google AdWords: Trucos y estrategias para el éxito. Editorial Altaria.
- [Estudio de Redes Sociales 2024 \(iab Spain, 2024\)](#)