

Guia docent

270108 - MI - Marqueting a Internet

Última modificació: 10/02/2025

Unitat responsable: Facultat d'Informàtica de Barcelona
Unitat que imparteix: 732 - OE - Departament d'Organització d'Empreses.
Titulació: GRAU EN ENGINYERIA INFORMÀTICA (Pla 2010). (Assignatura optativa).
Curs: 2024 **Crèdits ECTS:** 6.0 **Idiomes:** Català, Castellà

PROFESSORAT

Professorat responsable: ANTONIO CAÑABATE CARMONA - SUSANA GIMENEZ BUENDIA

Altres: Segon quadrimestre:
SUSANA GIMENEZ BUENDIA - 11, 12
IÑAKI VÁZQUEZ ÁLVAREZ - 11

CAPACITATS PRÈVIES

Cap

REQUISITS

- Pre-requisit EEE

COMPETÈNCIES DE LA TITULACIÓ A LES QUALS CONTRIBUEIX L'ASSIGNATURA

Específiques:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

CSI2.4. Demostrar coneixement i capacitat d'aplicació dels sistemes basats en Internet (e-commerce, e-learning, etc.).

CSI2.7. Gestionar la presència de l'organització a Internet.

Genèriques:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

METODOLOGIES DOCENTS

*Màrqueting en Internet persegueix que siguis capaç de realitzar un Pla de Màrqueting Digital (PMD) amb les eines pròpies del màrqueting digital i que tinguis una mínima capacitat d'ús de les eines més habituals. És a dir, d'una banda, pensar un pla, però per una altra aprendre a usar una mica els serveis i eines més habituals. Evidentment, hi ha coneixements 'teòrics' que és necessari adquirir per a poder fer. Aquests coneixements s'aporten amb lectures del llibre proposat, articles de blogs, vídeos, etc. que s'indiquen per a cada bloc. En algunes classes el professorat farà èmfasi en els aspectes més rellevants o més difícils d'aquestes lectures, o es comentaran dubtes, etc.

Els alumnes s'organitzen en grups de treball que han de fer un Pla de Màrqueting Digital per a una empresa fictícia que imaginin. Aquest PMD es va construint al llarg del quadrimestre. Hi ha diversos blocs temàtics de 2-4 setmanes i, per a cadascun d'ells, es proporciona un document amb la descripció de les tasques a realitzar en grup de treball i explicacions de com realitzar-les (excepte el B3 d'Anàlisi Digital les tasques de la qual estan incloses en els altres blocs). Les tasques realitzades en cada bloc s'han de lliurar i alguns grups d'alumnes seran requerits perquè presentin el seu treball per a la seva avaluació en una classe final de cada bloc.

És molt important que els alumnes aprofitin les classes, especialment les de laboratori per a:

- treballar i coordinar-se amb el seu grup, repartir tasques, contrastar informació, posar-se d'acord, prendre decisions, etc.
- rebre informació del professor, realitzar preguntes o consultes sobre les tasques o la documentació a llegir, etc.

OBJECTIUS D'APRENENTATGE DE L'ASSIGNATURA

1. Explicar els conceptes bàsics de màrqueting i com es veuen afectats per Internet, així com identificar els principals aspectes a considerar per utilitzar la web com una unitat de negoci.
2. Elaborar un pla de màrqueting a Internet per aconseguir objectius seleccionats per a públics específics, integrant les tàctiques i eines que siguin més adients.
3. Dissenyar pàgines d'aterratge optimitzades per la consecució dels objectius específics, es a dir, usables i d'alta conversió del tràfic.
4. Utilitzar eines de monitorització de la navegació de les persones usuàries d'un lloc web per analitzar i entendre el seu comportament i prendre decisions de millora per atraure, convertir i fidelitzar a aquestes persones.
5. Conèixer i aplicar les principals tècniques i eines per atraure tràfic qualificat procedents dels cercadors de Internet cap a les pàgines web, millorant la seva posició en els resultats i optimitzant la inclusió de enllaços patrocinats.
6. Aplicar les eines de màrqueting de permís per fidelitzar usuaris mitjançant el correu electrònic i butlletins electrònics.
7. Conèixer la utilitat de les xarxes socials per promocionar-se fent ús de les funcionalitats que proporcionen.
8. Monitoritzar la reputació online de l'empresa, la marca i els seus serveis o productes.

HORES TOTALES DE DEDICACIÓ DE L'ESTUDIANTAT

Tipus	Hores	Percentatge
Hores grup petit	30,0	20.00
Hores grup gran	30,0	20.00
Hores aprenentatge autònom	84,0	56.00
Hores activitats dirigides	6,0	4.00

Dedicació total: 150 h

CONTINGUTS

Introducció al màrqueting a Internet i a la utilització de la web com unitat de negoci.

Descripció:

Es revisa el concepte de màrqueting tradicional (segmentació, posicionament, màrqueting-mix, ...) i com es veu afectats per Internet. S'identifiquen les claus y aspectes a considerar per a convertir la web en una unitat de negoci. El pla de màrqueting digital.

Disseny de pàgines d'aterratge usables i optimitzades per a conversió de visites.

Descripció:

Exposició del concepte de pàgina d'aterratge i de conversió de les visites de usuaris. Tipologies de pàgines de conversió i la seva integració en l'arquitectura d'informació d'un lloc web. Criteris per la redacció de continguts. Criteris d'usabilitat i accessibilitat web i eines per a la seva avaluació. Tests i eines per a millorar la conversió.

Analítica web.

Descripció:

Concepte d'analítica del tràfic web. Objectius, indicadors clau de rendiment i mètriques. Utilització de Google Analytics.

Màrqueting en cercadors.

Descripció:

Funcionament dels buscadors i factors de rellevància d'una pàgina web. Posicionament orgànic versus posicionament de pagament. Investigació i selecció de paraules clau. Criteris d'optimització de la indexació (SEO). Utilització de anuncis patrocinats i contextuals amb Google Adwords. Disseny i gestió de campanyes i mesurament de resultats.

Fidelització i màrqueting de permís.

Descripció:

Concepte i importància de la fidelització. El e-mail màrqueting, tipus de campanyes i aspectes ètics. La bases de dades de contactes. El disseny de continguts i la personalització. Enviament i gestió de campanyes.

Màrqueting en xarxes socials.

Descripció:

Característiques de la web 2.0 i com utilitzar les xarxes socials per promocionar-se. Diferents tipus de xarxes socials. La funció de community management. La gestió de la reputació corporativa online.

Altres formats, eines i canals.

Descripció:

El màrqueting a Internet es un camp amb multitud serveis, eines i tècniques en constant evolució. Aquest darrer bloc es destina a cobrir menys profundament algunes de elles com les publicitat amb banners, campanyes virals, blog màrqueting, sindicació de continguts, vídeo màrqueting, màrqueting mòbil, etc.

ACTIVITATS

B1: Introducció al màrqueting digital i a la utilització de la web com unitat de negoci

Descripció:

En la primera classe s'explica el funcionament i estructura de l'assignatura i es formen els grups de treball. S'explica en què consisteix el màrqueting digital, el pla de màrqueting digital i els conceptes de conversió, trànsit web i les seves tipologies, fonts de trànsit, etc. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra, incloent-hi el document d'explicació de les tasques a realitzar en grup per a aquest bloc. Els grups d'alumnes formats triaran una empresa fictícia i treballaran definint els apartats de Anàlisi Prèvia i Estratègia del PMD.

Objectius específics:

1, 2

Competències relacionades:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

Dedicació: 18h

Aprenentatge autònom: 10h

Grup gran/Teoria: 2h

Grup mitjà/Pràctiques: 2h

Grup petit/Laboratori: 4h

B1: Entrega Anàlisi Prèvia i Estratègia del PMD

Descripció:

Consisteix en el lliurament al campus virtual (racó) del document elaborat amb els apartats d'Anàlisi Prèvia i Estratègia del PMD.

Objectius específics:

1, 2

Competències relacionades:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

B1: Feedback Anàlisi Prèvia i Estratègia del PMD

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback dels treballs realitzats en aquest bloc i indicacions de millora de cara blocs següent i al treball final del PMD.

Objectius específics:

1, 2

Competències relacionades:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

B2: Disseny de llocs web usables i persuasius que converteixen

Descripció:

En aquest bloc es treballen les tàctiques de conversió per a llocs web. S'aplicarà el procés de disseny d'un lloc web usable i persuasiu, així com els criteris i tècniques de disseny que permeten optimitzar la seva capacitat de convertir visitants en usuaris que realitzen les accions que l'empresa desitja. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra, incloent-hi el document d'explicació de les tasques a realitzar en grup per a aquest bloc. Els grups d'alumnes treballaran en les tasques aprofitant el suport del professorat per a dubtes i consultes.

Objectius específics:

3

Dedicació: 26h

Aprenentatge autònom: 16h

Grup gran/Teoria: 3h

Grup mitjà/Pràctiques: 3h

Grup petit/Laboratori: 4h

B2: Presentacions treballs en grup

Descripció:

Els grups de treball lliuraran a través del campus virtual (racó) una presentació exposant el resultat de les tasques del bloc. Els grups requerits presentaran en classe de laboratori el seu treball.

Objectius específics:

3

Dedicació: 2h

Activitats dirigides: 2h

B2: Feedback treballs en grupo

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback dels treballs realitzats en aquest bloc i indicacions de millora de cara blocs següent i al treball final del PMD.

Objectius específics:

3

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

B3: Analítica digital

Descripció:

En aquest bloc es treballen les tècniques d'analítica digital que permeten obtenir les mètriques per a realitzar el control i seguiment dels objectius que es fixin per a cada aspecte del PMD. Principalment, encara que no sols, es veurà el funcionament de Google Analytics i com usar-lo per a obtenir aquestes mètriques per a analitzar la conversió i el trànsit. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra. Es resoldrà en classe un exercici escrit de cursos anteriors. La resta de blocs inclouen una tasca consistent a definir les mètriques (kpi) per a mesurar i controlar els objectius definits en aquests.

Objectius específics:

4

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 14h

Aprenentatge autònom: 8h

Grup gran/Teoria: 2h

Grup mitjà/Pràctiques: 2h

Grup petit/Laboratori: 2h

B3: Exercici escrit d'analítica digital

Descripció:

Realització d'un exercici individual amb preguntes relacionades amb la temàtica d'analítica digital al voltant d'un cas pràctic.

Objectius específics:

4

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 2h

Activitats dirigides: 2h

B3: Feedback exercici escrit d'analítica digital

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback general de l'exercici d'analítica digital així com pautes per a la versió final d'un dashboard de mètriques per al control i seguiment dels objectius de les diferents accions del PMD.

Objectius específics:

4

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

B4: Màrqueting en cercadors

Descripció:

Aquest bloc és el primer dels tres destinats a tractar l'adquisició de trànsit. Es torna sobre el concepte trànsit i les seves tipologies i es presenten les diferents fonts de trànsit i les seves característiques. Es treballa l'adquisició de trànsit procedent de cercadors, tant gratuït (SEO) com de pagament (SEM). Es veuran i aplicaran els factors que influeixen en el posicionament en cercadors i les tècniques per a crear campanyes d'anuncis mitjançant Google Ads.. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra, incloent-hi el document d'explicació de les tasques a realitzar en grup per a aquest bloc. Els grups d'alumnes treballaran en les tasques aprofitant el suport del professorat per a dubtes i consultes.

Objectius específics:

5

Dedicació: 26h

Aprenentatge autònom: 16h

Grup gran/Teoria: 3h

Grup mitjà/Pràctiques: 3h

Grup petit/Laboratori: 4h

B4: Presentacions treballs en grup

Descripció:

Els grups de treball lliuraran a través del campus virtual (racó) una presentació exposant el resultat de les tasques del bloc. Els grups requerits presentaran en classe de laboratori el seu treball.

Objectius específics:

5

Dedicació: 2h

Activitats dirigides: 2h

B4: Feedback treballs en grupo

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback dels treballs realitzats en aquest bloc i indicacions de millora de cara blocs següent i al treball final del PMD.

Objectius específics:

5

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

B5: e-mail màrqueting

Descripció:

En aquest bloc es treballen les tàctiques adquisició de trànsit que empren com a font de trànsit i canal de comunicació el correu electrònic. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra, incloent-hi el document d'explicació de les tasques a realitzar en grup per a aquest bloc. Els grups d'alumnes treballaran en les tasques aprofitant el suport del professorat per a dubtes i consultes.

Objectius específics:

6

Dedicació: 19h

Aprenentatge autònom: 12h

Grup gran/Teoria: 2h

Grup mitjà/Pràctiques: 2h

Grup petit/Laboratori: 3h

B5: Presentacions treballs en grup

Descripció:

Els grups de treball lliuraran a través del campus virtual (racó) una presentació exposant el resultat de les tasques del bloc. Els grups requerits presentaran en classe de laboratori el seu treball.

Objectius específics:

6

Dedicació: 2h

Activitats dirigides: 2h

B5: Feedback treballs en grupo

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback dels treballs realitzats en aquest bloc i indicacions de millora de cara blocs següent i al treball final del PMD.

Objectius específics:

6

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

B6: Màrqueting en xarxes socials

Descripció:

En aquest bloc es treballarà l'ús de les xarxes socials que són un instrument molt versàtil. Es poden utilitzar per a aconseguir trànsit de qualsevol tipologia. També són un bon instrument per a difondre el coneixement de la marca i associar-la amb uns certs valors, per a mantenir el contacte i fidelitzar als clients. S'ha de llegir/visionar la documentació que se subministra, incloent-hi el document d'explicació de les tasques a realitzar en grup per a aquest bloc. Els grups d'alumnes treballaran en les tasques aprofitant el suport del professorat per a dubtes i consultes.

Objectius específics:

7, 8

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 19h

Aprenentatge autònom: 12h

Grup gran/Teoria: 2h

Grup mitjà/Pràctiques: 2h

Grup petit/Laboratori: 3h

B6: Presentacions treballs en grup

Descripció:

Els grups de treball lliuraran a través del campus virtual (racó) una presentació exposant el resultat de les tasques del bloc. Els grups requerits presentaran en classe de laboratori el seu treball.

Objectius específics:

7, 8

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 2h

Activitats dirigides: 2h

B6: Feedback treballs en grupo

Descripció:

Una sessió per videoconferència (Meet) per a cada grup de laboratori en la qual el professorat donarà feedback dels treballs realitzats en aquest bloc i indicacions de millora de cara blocs següent i al treball final del PMD.

Objectius específics:

7, 8

Competències relacionades:

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 1h

Activitats dirigides: 1h

Pla de màrquetin digital (PMD)

Descripció:

Després del treball realitzat en els blocs B1 a B6, en els quals s'han anat construint l'estratègia i la tàctica (conversió i trànsit) de màrqueting digital per a l'empresa triada a principi del curs, s'elaborarà el document final de síntesi que reflecteix el Pla de Màrqueting Digital construït, donant coherència i integrant les diferents parts realitzades en blocs anteriors i integrant les modificacions i millores identificades prèviament.

Objectius específics:

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Competències relacionades:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

Dedicació: 12h

Aprenentatge autònom: 10h

Grup gran/Teoria: 1h

Grup mitjà/Pràctiques: 1h

Entrega PMD

Descripció:

Consisteix en el lliurament al campus virtual (racó) del document elaborat amb el PMD.

Objectius específics:

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Competències relacionades:

CSI1. Demostrar comprensió i aplicar els principis i les pràctiques de les organitzacions, de manera que puguin exercir d'enllaç entre les comunitats tècnica i de gestió d'una organització, i participar activament en la formació dels usuaris.

G9. Capacitat de raonament crític, lògic i matemàtic. Capacitat de resoldre problemes en la seva àrea d'estudi. Capacitat d'abstracció: capacitat de crear i utilitzar models que reflecteixin situacions reals. Capacitat de dissenyar i realitzar experiments senzills, i analitzar-ne i interpretar-ne els resultats. Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'avaluació.

SISTEMA DE QUALIFICACIÓ

Elements d'avaluació són:

- NSeg: Nota de la realització de les activitats d'autoaprenentatge (lliuraments i presentacions de les tasques de blocs i exercici d'analítica).
- NPMD: Nota del pla de màrqueting digital.

La Nota Final es calcula així:

$$NF = 70\% \cdot NSeg + 30\% \cdot NPMD$$

Pel que fa a l'avaluació de la competència genèrica de l'assignatura (G9.3) es farà en base a l'exercici escrit d'analítica digital. Les notes prendran els valors: A, B, C, D, segons:

- > A si la nota està entre 8.5 i 10
- > B si la nota està entre 6.5 i 8.4
- > C si la nota està entre 5 i 6.4
- > D si la nota està entre 0 i 4.9



BIBLIOGRAFIA

Bàsica:

- Macià Domene, F. Estrategias de marketing digital. Anaya Multimedia, 2019. ISBN 9788441540446.

Complementària:

- Gabriel, J.-L. Internet marketing 2.0: captar y retener clientes en la red. Reverté, 2010. ISBN 9788429126341.
- Kaushik, A. Analítica web 2.0: el arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente. Gestión 2000, 2010. ISBN 9788498750805.
- Marketing and advertising using Google: targeting your advertising to the right audience. Thomson Custom, 2007. ISBN 1426627378.
- Burgos García, E.; Cortés Ricart, M. Iníciate en el marketing 2.0: los social media como herramientas de fidelización de clientes. Netbiblo, 2009. ISBN 9788497453912.
- Chaffey, D. Internet marketing: strategy, implementation and practice. 4th ed. Financial Times Prentice Hall, 2009. ISBN 9780273717409.
- Alarcón, J.M.; Capón, M.; Iglesias, P. The emailing experience: 49 formas de dar en el blanco. Krasis Consulting, 2010. ISBN 9788493669621.

RECURSOS

Enllaç web:

- <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/diagramacion.htm>. La diagramación en la arquitectura de información
- <https://mailchimp.com/es/help/>. Centro de ayuda y guías de Mailchimp
- <https://moz.com/beginners-guide-to-seo>. The Beginner's Guide to SEO
- https://www.youtube.com/playlist?list=PL-M73WrTkm_uTXj9kkoBIqyzrEIaNtLdW. Playlist de videos formativos sobre Google Analytics 4