

Màrqueting Emergent

Codi: 43406
Crèdits: 10

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4314947 Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	OB	0	2

Professor/a de contacte

Nom: Maria Teresa Obis Artal
Correu electrònic: Teresa.Obis@uab.cat

Equip docent

Montserrat Guerrero Gonzalez

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

Aquesta assignatura no té requisits previs

És recomanable que l'alumne disposi de coneixements de màrqueting així com d'analítica i creativitat.

Objectius

Els nous escenaris que planteja la societat de la informació requereixen un nou enfocament al disseny, planificació i adreça de les accions de màrqueting.

Conèixer i utilitzar les tècniques emergents en l'àmbit del màrqueting proporcionarà a l'alumne adquirir les habilitats necessàries per aplicar les noves tendències en màrqueting d'una forma rendible i efectiva en l'empresa. Per a això estudiarem els aspectes i les eines més rellevants del màrqueting online així com l'anàlisi de dades per avaluar els resultats i establir estratègies.

Per tant, aquest mòdul serà eminentment pràctic.

Competències

- Analitzar les dades dels mercats (competència, imatge de marca), i d'acord amb el brífingde l'anunciant dissenyar un pla estratègic de comunicació
- Demostrar esperit de superació: curiositat, creativitat, etc.
- Dissenyar i executar investigacions de mercat.
- Dissenyar, planificar i dirigir accions de màrqueting en els nous escenaris que planteja la societat de la informació.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar les estratègies més adequades en el diàleg entre marques i consumidors.
- Identificar els problemes de recerca i saber aplicar les metodologies i les eines qualitatives i quantitatives més pertinents en cada cas per estudiar els fenòmens comunicatius en publicitat i relacions públiques

- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació incompleta i limitada que inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels coneixements i judicis propis.
- Treballar en equip respectant i sent conscient del rol dels diversos membres de l'equip (càrrega de treball, responsabilitats, reconeixement de mèrits...) i de les dependències daquest.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar eines noves en la planificació en màrqueting.
2. Avaluar els efectes en el compte d'explotació de l'aplicació.
3. Demostrar esperit de superació: curiositat, creativitat, etc.
4. Descriure el funcionament de les noves eines d'investigació.
5. Determinar l'estructura integradora d'un pla de màrqueting.
6. Distingir i classificar els elements tendencials en el màrqueting.
7. Distingir i classificar les noves tècniques d'investigació.
8. Distingir i identificar models d'optimització de marca i de nous mitjans i canals disponibles.
9. Identificar i filtrar les principals tendències i tecnologies venidores.
10. Identificar les noves eines de comunicació comercial.
11. Integrar les diferents eines d'anàlisi que intervenen en l'estudi de les noves tendències en màrqueting.
12. Manejar amb destresa les eines informàtiques.
13. Reconèixer i analitzar les capacitats d'adaptació i integració de les novetats de l'organització.
14. Treballar en equip respectant i sent conscient del rol dels diversos membres de l'equip (càrrega de treball, responsabilitats, reconeixement de mèrits...) i de les dependències daquest.
15. Utilitzar correctament les noves eines de comunicació comercial.
16. Utilitzar models i criteris de previsió i monitoratge avançats.

Continguts

Al llarg del semestre els alumnes desenvolupessin una pàgina Web de la seva empresa fictícia, que tindrà la seva pròpia tenda virtual. Engegaran el seu CRM. S'anunciaran i analitzaran els resultats d'aquestes accions a través dels programes de BI i BA.

1. El Màrqueting a través d'Internet: La marca, la globalització del mercat, les comunitats virtuals
2. L'empresa a la Xarxa: directoris d'empreses, blogs, web pròpia amb un programa de gestió de continguts, programació personalitzada de la web
3. Comerç electrònic: La tenda virtual, cooperatives de consum.
4. Anàlisi de la Xarxa: Posicionament natural (SEU), Google Analytics.
5. Anunciar-se a la Xarxa: SEM, Google Adwords.
6. CRM: Consecució de "leads", seguiment fins a la seva conversió en contactes i comptes. Desenvolupament de campanyes de màrqueting i valoració dels resultats obtinguts
7. Business Intelligence: anàlisi visual de les dades, noves visualitzacions, infografies.
8. Business Analytics: conceptes bàsics.
9. Les xarxes socials: presència i anàlisi del seu contingut.

Metodologia

L'assignatura es divideix en tres parts amb el següent pes i contingut:

Comerç electrònic (40%)

- Servidor virtual i cPanel
- CMS - WordPress
- WordPress Back End
- Comerç electrònic - WooCommerce
- WooCommerce Configuració

Màrqueting Digital (40%)

- Posicionament Natural. SEU.
- Publicitat en cercadors i social ads. SEM.
- KPIs. Anàlisi web
- Definició d'estratègies de Inbound Màrqueting. Màrqueting de continguts. Xarxes socials
- Email màrqueting. Realitzar campanyes de captació de leads i retenció de clients

Business Intelligence (20%)

- BI. Introducció a Tableau
- Càlcul de fórmules, filtres i paràmetres
- Creació de quadres de comandament interactius

El programari de visualització de dades Tableau (www.tableau.com) el proporciona el programa Tableau for Teaching (<http://www.tableau.com/academic>)

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals, discussió de casos i presentació de treballs	75	3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tipus: Supervisades			
Tutories i seguiment dels treballs a realitzar i dels casos a preparar	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tipus: Autònomes			
Lectures relacionades, preparació de casos i pràctiques, estudi i elaboració d'esquema	95	3,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

Avaluació

L'avaluació de cada part tindrà les següents proves:

Comerç electrònic (40%)

- Test individual en classe dels principals conceptes
- Realització d'una pàgina web amb tenda en grup

Màrqueting Digital (40%)

- Test individual en classe dels principals conceptes
- Realització d'una campanya de màrqueting en grup

Business Intelligence (20%)

- Test individual en classe dels principals concepte Test individual en classe dels principals conceptes
- Realització d'un quadre de comandaments en grup.

Per realitzar la ponderació s'ha d'obtenir una nota mínima de 5 en cadascuna de les parts que componen les notes.

Per a aquells estudiants que en l'avaluació hagin obtingut una nota que sigui igual o superior a 4 i inferior a 5 hi haurà una re-avaluació. Aquesta re-avaluació està programada al calendari d'exàmens de la Facultat. L'estudiant que la superi aprovarà l'assignatura amb una nota de 5. En cas contrari, mantindrà la mateixa nota de l'avaluació.

Un alumne es considera que està "No avaluable" en l'assignatura sempre que no hagi participat de cap de les activitats d'avaluació.

Qualsevol lliurament que s'identifiqui plagiada d'altres companys o de qualsevol altra font comporta un zero en aquesta avaluació. En cas de plagi entre companys del curs el zero serà tant per a la persona que plagia com para la que facilita el plagi.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Business Intelligence	20	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Comerç electrònic	40	20	0,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Màrqueting digital	40	20	0,8	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16

Bibliografia

Comerç electrònic

- <http://www.webempresa.com/curso-wordpress-gratis.html>
- <http://www.webempresa.com/tutoriales-packs-webempresa-wordpress-con-framework-gantry.html>
- <http://www.webempresa.com/curso-woocommerce-gratis-para-tiendas-wordpress.html>
- <http://www.aragonemprendedor.com/archivos/descargas/tutorial-de-wordpress.pdf>
- <http://asociacionpaideia.org/wp-content/uploads/2016/11/guia-recien-llegado-wp.pdf>
- <http://www.malaga.es/base/descargas/144345/manual-wordpress-diputacion-malaga>
- <https://es.wordpress.org/plugins/>
- http://tecnologiaedu.uma.es/materiales/web20/archivos/cap3b_CrearBlogWordPress.pdf

Màrqueting Digital

- How Google Works - Eric Schmidt
<https://www.amazon.com/How-Google-Works-Eric-Schmidt/dp/1455582344>
- Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World - Gary Vaynerchuk
https://www.amazon.com/Jab-Right-Hook-Story-Social/dp/006227306X/ref=sr_1_1
- Landing Page Optimization: The Definitive Guide to Testing and Tuning for Conversions - Tim Ash
<http://www.amazon.com/Landing-Page-Optimization-Definitive-Conversions/dp/0470610123>
- Curation: The power of selection in a world of excess
https://www.amazon.com/Curation-power-selection-world-excess-ebook/dp/B018R3FIXU/ref=sr_1_1
- Google Adwords certification <https://support.google.com/partners/answer/3154326>

Business Intelligence

- <https://www.tableau.com/es-es/learn/training>
- http://downloads.tableau.com/quickstart/main-guides/es-es/desktop_getstarted7.0.pdf
- <https://www.tableau.com/es-es/products/trial>