



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Grado de Negocio Digital e Innovación en Turismo

**PROGRAMA**

Curso [2024/25]

<b>Código - Asignatura</b>	<b>193223 – Márquetin en buscadores y medios digitales</b>				
<b>Tipo</b>	Obligatoria		<b>Curso</b>	3º	
<b>Materia</b>	Desarrollo de plataformas digitales turísticas		<b>Créditos</b>	4,5 ECTS	
<b>Docente responsable de la asignatura</b>			Cristian Varela		
<b>Presencial</b>	45 horas	<b>Dirigido</b>	30 horas	<b>Autónomo</b>	37,5 horas

## BREVE DESCRIPCIÓN

El éxito de las empresas depende en gran medida de su capacidad para destacarse en buscadores y medios digitales, donde los usuarios toman decisiones de consumo de forma cada vez más inmediata y conectada. En este contexto, la asignatura "Márquetin en buscadores y medios digitales" se centra en proporcionar a los estudiantes un enfoque práctico y aplicado, dotándolos de las herramientas esenciales para implementar y optimizar estrategias de marketing digital efectivas.

A través de un aprendizaje activo, el curso aborda desde la implementación de técnicas SEO hasta la creación de campañas de Paid Media y el uso de herramientas de analítica digital para medir resultados. Los estudiantes realizarán prácticas en plataformas clave, como Google Ads y Google Analytics, que les permitirán experimentar de primera mano cómo posicionar productos y servicios turísticos en un mercado competitivo. Además, aprenderán a diseñar estrategias de contenido optimizado, investigar palabras clave y a ejecutar campañas de publicidad en redes sociales y marketplaces turísticos, como Booking y Airbnb.

De este modo, la asignatura permitirá a los estudiantes no solo comprender la teoría detrás de cada herramienta y estrategia, sino adquirir la experiencia práctica necesaria para desarrollar campañas de marketing digital que generen un alto impacto en el entorno turístico.

## COMPETENCIAS BÁSICAS

CB05- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía



## COMPETENCIAS GENERALES

---

CG07- Adaptar modelos teóricos a las necesidades específicas de las diferentes áreas de aplicación en una organización

## COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

---

CE04- Desarrollar y aplicar herramientas de marketing digital en turismo

CE11- Utilizar las herramientas y tecnologías digitales para el desarrollo de plataformas o soluciones turísticas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

1. Conocer cómo posicionar un producto o servicio turístico en buscadores.
2. Conocer los sistemas de medición y los criterios para evaluar los resultados de una campaña.

## CONTENIDOS TEMÁTICOS

---

1. Fundamentos del Marketing Digital en el Turismo
  - 1.1. Introducción al marketing digital y su impacto en el turismo.
  - 1.2. Principios del SEO aplicado a productos y servicios turísticos.
  - 1.3. Introducción al Paid Media en el sector turísticos.
2. SEO en el Turismo: Estrategias y Técnicas de Optimización
  - 2.1. SEO On-Page: Optimización de páginas turísticas (contenido, keywords, metadatos).
  - 2.2. SEO Off-Page: Estrategias de link building y autoridad de dominio.
  - 2.3. SEO Local: Enfoque en posicionamiento para ubicaciones específicas de interés turístico.
  - 2.4. SEO en Marketplaces Turísticos: Tácticas específicas para plataformas como Booking y Airbnb.
3. Estrategias de Paid Media en Plataformas de Búsqueda y Social Media
  - 3.1. Publicidad en Búsqueda: Google Ads y Bing Ads.
  - 3.2. Publicidad Display y Vídeo: Estrategias en GDN, YouTube y redes de display.
  - 3.3. Social Ads: Publicidad en redes sociales clave (TikTok Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads).



- 3.4. Publicidad en Marketplaces Turísticos: Publicidad en plataformas de reserva.
4. Herramientas y Técnicas de Analítica Digital Aplicada al Turismo
  - 4.1. Introducción a la analítica digital en marketing turístico.
  - 4.2. Herramientas clave: Google Analytics, Google Search Console y Looker Studio.
  - 4.3. Análisis en marketplaces turísticos: Seguimiento y análisis en plataformas.
  - 4.4. Herramientas adicionales: Hotjar, herramientas de A/B testing y Adobe Analytics.
5. Investigación de Palabras Clave y Estrategias de Optimización de Contenidos
  - 5.1. Keyword Research: Técnicas de investigación de palabras clave para productos turísticos.
  - 5.2. Creación de contenido optimizado para SEO en turismo.
  - 5.3. Estrategias de Content Marketing y Storytelling relevantes para atraer y convertir en el sector turístico.

## METODOLOGÍAS DOCENTES

---

Las metodologías de aprendizaje previstas contemplan una diversidad de procesos entre los que cabe destacar aquellos cognitivos vinculados a la comprensión de los principios del turismo y el sistema turístico global, la inclusión de competencias con un mayor componente de capacidades técnicas; así las actividades y dinámicas, tanto de tipo individual como grupal, asociadas para esta asignatura son las siguientes:

- Estudio de Casos: Análisis de campañas de marketing exitosas en el sector turístico.
- Proyectos Colaborativos: Desarrollo de proyectos grupales que simulan la creación de una estrategia SEO y Paid Media para un producto turístico.
- Simulaciones Prácticas: Uso de herramientas de SEO y Paid Media en entornos de simulación.
- Análisis de Plataformas Digitales: Evaluación de la eficacia de plataformas como Booking, Google Ads, y otras herramientas publicitarias en el turismo.



## SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

**Evaluación Continua:** el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

**Evaluación Única:** aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

Para acogerse en esta modalidad hace falta solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

La planificación de las actividades de evaluación será pública para los estudiantes desde la fecha de inicio de la asignatura.

Actividades	Tipo	Continuada	Única	Semana de entrega
Actividad grupal	Grupal	20%		Semana de examen
Test individuales por bloques	Individual	35%	40%	Al finalizar cada bloque
Actividad individual final	Individual	5%		Al finalizar el examen
Examen Final	Individual	40%	60%	Semana de examen
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota final mínima de “5”, siempre y cuando el estudiante haya realizado la prueba/s o trabajo/s individuales establecidos en la asignatura. Esta prueba/s o trabajo/s final



Centre adscrit



deben estar calificadas con un mínimo de “4” para poder calcular la media de todas las actividades de evaluación realizadas durante el curso.

### **Revisión y Reevaluación de la Asignatura**

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no consigue lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura será imprescindible haber obtenido una calificación final de la asignatura entre “4-4.9”, y haberse presentado a la prueba/s o trabajo/s finales individuales del curso.

El proceso de reevaluación sólo implicará modificación del acta de calificación final en caso de que la nueva prueba de evaluación sea aprobada y, en cualquier caso, la calificación máxima será de “5”. Esta calificación hará media con el resto de calificaciones de las actividades de evaluación que haya realizado el estudiante durante el período lectivo correspondiente, teniendo en cuenta los porcentajes establecidos en cada asignatura, configurando la nota final de la asignatura.

### **FUENTES DE INFORMACIÓN**

---

[Recurso 1 (2023)

Recurso 2 (2023)]