



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT
Grau de Turisme

Codi-Assignatura	064431 - eMarketing en el sector hotelier				
Curs	3r/4t	Crèdits	3 ECTS		
Bloc Temàtic	Màrqueting i comercialització	Tipus assignatura	Optativa		
Hores presencials	24h	Hores de treball dirigit	24h	Hores de treball autònom	27h

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Màrqueting és una de les àrees rellevants de la gestió de les organitzacions que, juntament amb les altres: finances, recursos humans, producció (o servucció), control de gestió etc., conformen els mecanismes que permeten a l'organització assolir els seus objectius.

En l'actualitat, les estratègies i accions en Màrqueting s'estan decantant cap a la seva component online, encara que sense oblidar la tradicional offline, convivint de forma coherent. Aquesta és una realitat que es demostra en l'assignació de més pressupost per a l'àmbit online en relació al offline, per tal de donar resposta als nous comportaments dels propis usuaris, els qual són ja utilitzen de forma habitual eines com el mobile, les cerques per Internet (Google, etc.), les pàgines web, les xarxes socials, etc.

Aquesta assignatura pretén dotar l'alumne de les competències clau per entendre i aplicar aquest àmbit específic del màrqueting online (eMarketing).

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG2- Orientar-se al client.

CG6- Tenir visió de negoci.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE9- Comercialitzar productes, serveis i projectes turístics.

CE10- Conèixer i utilitzar les tecnologies de la informació i comunicació, així com els sistemes de gestió associades.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Conceptes de eMarketing.
2. Estratègies de eMarketing.
3. Inbound Marketing o d'atracció: eines per atreure visitants a la web.
4. Conversió: eines i estratègies per a convertir i mantenir visitants de la web
5. Mesurar: eines d'analítica web

METODOLOGIA D'APRENTATGE

Les metodologies d'aprenentatge associades en aquesta assignatura contemplen un ampli ventall d'accions diferents a fi de donar resposta a l'assoliment de les competències assignades, i que impliquen el desenvolupament de diferents tipus de capacitats referides a l'aprenentatge de processos i aplicabilitat d'actituds dins de l'entorn de les organitzacions, a partir de les activitats següents:

- Classes expositives
- Estudis de casos
- Debat dirigit
- Exercicis pràctics
- Aprenentatge basat en problemes

SISTEMA D'AVUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT
Grau de Turisme

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

Ahonen, T. T. (2008) Mobile as 7th of the Mass Media. London: Futuretext.

Buchanan, H. (2008) What is Web Copy and How Should I Use It?. [Online]
Available at: www.grokdotcom.com/2008/03/17/what-is-web-copy

Emarketer (2017) Storytelling in Sequence, Available at:
<https://www.emarketer.com/Report/Storytelling-Sequence-How-Brands-Creating-More-Engaging-Messaging/2001926>

Greenberg, P. (2010). The impact of CRM 2.0 on customer insight. Emerald Group Publishing Limited.

IThemes Media (2014) - Ecommerce for everybody, Available at:
<https://ithemes.com/publishing/ecommerce-everybody/>

Internet Marketing (2017): Online Marketing Fundamentals, Course material - knowledge required - for certification Copyright © 2017 eMarketing Institute

Kaushik, A., 2010. Web Analytics 101: Definitions: Goals, Metrics, KPIs, Dimensions, Targets. Available at: <http://www.kaushik.net/avinash/web-analytics-101-definitions-goals-metrics-kpisdimensions-targets/>