



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

Código-Asignatura	064431 - eMarketing en el sector hotelero				
Curso	3º/4º		Créditos	3 ECTS	
Bloque temático	Marketing y comercialización		Tipo asignatura	Optativa	
Horas presenciales	24h	Horas de trabajo dirigido	24h	Horas de trabajo autónomo	27h

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Marketing es una de las áreas relevantes de la gestión de las organizaciones que, junto con las otras: finanzas, recursos humanos, producción (o servucción), control de gestión etc., conforman los mecanismos que permiten a la organización alcanzar sus objetivos.

En la actualidad, las estrategias y acciones en Marketing se están decantando hacia su componente online, aunque sin olvidar la tradicional offline, conviviendo de forma coherente. Esta es una realidad que se demuestra en la asignación de más presupuesto para el ámbito online en relación al offline, para dar respuesta a los nuevos comportamientos de los propios usuarios, los que ya utilizan de forma habitual herramientas como el mobile, las búsquedas por Internet (Google, etc.), las páginas web, las redes sociales, etc.

Esta asignatura pretende dotar al alumno de las competencias clave para entender y aplicar este ámbito específico del marketing online (eMarketing).

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG2- Orientarse al cliente

CG6- Tener visión de negocio.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

CE9- Comercializar productos, servicios y proyectos turísticos.

CE10- Conocer y utilizar las tecnologías de la información y la comunicación, así como los sistemas de gestión asociados.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Conceptos de eMarketing.
2. Estrategias de eMarketing.
3. Inbound Marketing o de atracción: herramientas para atraer visitantes a la web.
 - Branding
 - Generación de Tráfico
4. Conversión: herramientas y estrategias para convertir y mantener visitantes de la web
 - Generación de Leads
 - Conversión de Leads
5. Medir: herramientas de analítica web

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

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:

- Clases expositivas
- Estudio de casos
- Debate dirigido
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

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.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

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/>

Koch, R. (2008). The 80/20 Principle: The Secret of Achieving More with Less. United States: Doubleday.