



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

Codi-Assignatura	590006 – Analítica web orientada al ROI en l'e-Commerce		
Curs	1	Crèdits	3 ECTS
Bloc Temàtic	Tecnologies de la informació i la comunicació en turisme	Tipus assignatura	Optativa
Hores presencials	21 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Aquesta assignatura pretén apropar l'alumnat al fonamental camp de l'analítica online, tant de la web, com del "mobile" o del "social media".

Totes les accions i interaccions que es produeixen en el món online tenen el seu reflex en informació que, per suposat, tenim l'obligació d'analitzar per a que ens ajudi en la presa de decisions posterior.

Sens dubte, un camp apassionant i necessari que s'ha de potenciar en les organitzacions.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB7 - Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relatius al seu camp d'estudi.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG1 – Orientar-se al negoci.

CG3 – Capacitat d'organització i planificació.

CG6 – Aplicar les eines de les tecnologies de la informació i la comunicació per a l'optimització de l'efectivitat de l'organització.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

CG7 – Identificar, plantejar o solucionar un problema de manera rellevant i creativa, interpretant i avaluant els resultats obtinguts amb esperit crític.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Conceptes bàsics d'analítica web.
2. La mediació com a part de l'estratègia.
3. Indicadors clau (KPI's) en l'analítica web.
4. Eines de medició.

METODOLOGIA D'APRENTATGE

L'assignatura es basarà en sessions de treball presencials, de caràcter teòric i pràctic, en les quals es tractaran els diferents continguts prèviament definits. Es realitzaran estudis de casos que contribueixin a contextualitzar els conceptes tractats en cada tema. La participació activa dels alumnes serà fonamental per al seguiment de l'assignatura,

Les assignatures són impartides per un equip de professors i professionals en actiu dels àmbits del turisme, de l'e-Marketing i de Internet, així com coordinadors responsables de les assignatures, amb la funció principal de dinamitzar el procés formatiu, garantint un seguiment i aprofitament òptim del curs.

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 -



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

Per acollir-se en aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Individual	50 %	50 %
En grup	50 %	50 % ¹

Per aprovar l'assignatura és requisit indispensable haver obtingut una nota mínima de "5" a la prova/es individual final.

Revisió i Reavaluació de l'Assignatura

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura i poder presentar o realitzar una nova evidència d'avaluació, serà imprescindible complir alguna de les següents condicions:

A) Haver assolit una qualificació igual o superior a 5 de mitjana de les activitats dutes a terme al llarg del semestre sense tenir en compte la/es prova/es final/s (sigui avaluació contínua o única) i haver-se presentat a la prova final.

B) Haver assolit una qualificació mínima de "4" de nota final de l'assignatura.

La màxima qualificació en el cas de la reavaluació a la que es podrà optar és un "5" de nota final de l'assignatura.

¹ En el cas de l'avaluació única, aquesta prova es farà individualment.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

KAUSHIK. A. (2011): Analítica web 2.0. Barcelona. Ed. Gestión 2000.

MALDONADO, S. (2010): Analítica web: medir para triunfar. Madrid. Ed. ESIC.

NÚÑEZ, A.; BAREÑO, R.; GARCÍA del POYO, R.; GUTIÉRREZ-ULECIA, JC.; PINO, G. (2013): El libro del Marketing interactivo y la publicidad digital. ESIC, Madrid.

MARTÍN, C. (2011): Analítica web con Google Analytics. Ed. Carlos Marín.

MORALES, M. (2010): Analítica web para empresas: arte, ingenio y anticipación. Ed. UOC.