

Màster en Web: Comunicació, Màrqueting i Negoci (2a edició)

A l'era de les Tecnologies de la Informació, el coneixement i el domini de les estratègies i tècniques específiques de comunicació, màrqueting i negoci a Internet resulta fonamental per assolir l'èxit. El màster en Web: Comunicació, Màrqueting i Negoci dóna resposta a les necessitats d'un ampli ventall de professionals des d'una perspectiva pluridisciplinària, actual i pràctica.

La creació, desenvolupament, optimització i rendibilització d'un projecte web és cada vegada una tasca més complexa en la que intervenen professionals amb perfils i formacions totalment diferents. Totes les aportacions dels actors implicats són determinants en la consecució dels objectius, però sovint intervenen des de perspectives diferents i contraposades.

El programa s'orienta a facilitar una formació focalitzada en el llenguatge web, en tècniques de e-màrqueting i en el negoci web que sigui útil per diferents perfils: directors d'e-màrqueting, directores de comunicació corporativa o institucional, arquitectes web, consultors i analistes web (SEO, SMO, accessibilitat, usabilitat, etc.), dissenyadors, maquetadors, tècnics en comunicació i màrqueting, programadors i assessors tecnològics.

El màster en Web: Comunicació, Màrqueting i Negoci es proposa l'objectiu de millorar i actualitzar el coneixement del mitjà web d'aquests professionals, facilitar la interacció entre els diferents perfils i posar-la al servei de l'obtenció d'uns resultats prèviament definits i sinèrgics amb l'estratègia de negoci.

Objectius formatius

- Formar professionals capaços d'executar i liderar la creació, desenvolupament, optimització i rendibilització de projectes web.
- Aportar una formació interdisciplinària del mitjà Internet que permeti definir l'estratègia a Internet d'empreses i institucions.
- Contribuir a la creació d'una generació de professionals híbrids capaços d'afrontar amb garanties els desafiaments tecnològics, comunicatius, de màrqueting i negoci que intervenen en el desenvolupament d'una estratègia a Internet.
- Donar a professionals d'àmbits i perfils com programadors, arquitectes de la informació, dissenyadors, maquetadors, copywriters, responsables

de màrqueting, etc., una formació especialitzada en el mitjà Internet i una visió global dels elements que hi intervenen.

A qui va dirigit?

- Professionals amb experiència dins l'àmbit de la comunicació i el màrqueting amb interès en aprofundir en el coneixement del mitjà web.
- Emprenedors, empresaris i gestors que busquen a Internet noves possibilitats de negoci.
- Consultors tecnològics i programadors que volen adquirir una visió més global i estratègica de la web.

Calendari i horaris

La docència del curs s'estén al llarg de 9 mesos i, posteriorment, es disposarà de sis mesos per a la realització del treball de recerca. Per tal de compatibilitzar les classes amb l'exercici professional, les sessions es concentren el divendres a la tarda i el dissabte al matí. Els mesos de juliol i agost s'atura l'activitat docent.

Horari de les classes: divendres de 16:00 a 21:00 i dissabte de 10h a 14h

Inici del curs: 1 d'octubre de 2010

Fi del període docent: 18 de juny de 2011

Defensa del treball de recerca: febrer de 2012

Lloc de realització

Les classes del màster en Web: Comunicació, Màrqueting i Negoci tenen lloc al centre de Barcelona, a l'emblemàtic edifici de la Casa de Convalescència, a 5 min. de l'estació de metro Hospital de Sant Pau. L'edifici forma part del complex de l'Hospital de Sant Pau i és considerat una de les joies de la Barcelona modernista. L'any 1997 la Unesco el va declarar patrimoni de la humanitat. Vinculat a la UAB des de 1969, ha estat remodelat i equipat amb les darreres tecnologies per a la docència.



Màster en Web: Comunicació, Marketing i Negoci
<http://www.masterenweb.com>
masterenweb.uab@gmail.com

Requisits d'admissió

- Per accedir al programa es necessari disposar d'un títol de llicenciat, graduat, enginyer o enginyer tècnic en disciplines relacionades amb la comunicació, la gestió empresarial, el màrqueting, la tecnologia o la informàtica.
- També podran optar-hi llicenciats, graduats, enginyers o enginyers tècnics d'altres àmbits que puguin acreditar coneixements o experiència en la temàtica del màster.
- Excepcionalment, es valorarà l'acceptació de professionals sense titulació sempre i quan puguin acreditar coneixements i experiència professional en el sector. En aquest cas no tindran dret al títol de màster i rebran un certificat d'aprofitament.

Preu de matrícula

5.600 Euros

Més informació

Isidre Tomasa / Òscar Coromina
masterenweb.uab@gmail.com



Escola
de Postgrau

Màster en Web: Comunicació, Marketing i Negoci
<http://www.masterenweb.com>
masterenweb.uab@gmail.com

Programa del curs

El Màster en Web: Comunicació, Màrqueting i Negoci està plenament adaptat als nous criteris, requeriments i sistema acadèmic que estableix l'Espai Europeu d'Educació Superior. El programa s'estructura en 65 crèdits ECTS (European Credit Transfer System), fet que facilita el reconeixement dels estudis a nivell europeu.

El temari s'estructura en 3 mòduls (comunicació web, màrqueting web i negoci web) i un treball de recerca. Prèviament, s'estableix un aterratge contextual que ofereix un doble itinerari: una formació en tecnologies web destinada als alumnes provinents de la comunicació o l'economia o bé una formació en comunicació i màrqueting destinada als alumnes amb formació tecnològica.

Itinerari A - Introducció a la tecnologia Web (5 crèdits)

Llenguatges Web: Introducció als llenguatges web: HTML, estàndard HTML amb CSS, PHP, ASP, PERL, JavaScript. (Juan M. Fernández, Josep Guardiola)

Arquitectura de Sistemes: Tecnologia de servidors. Bases de dades i sistemes d'informació. Gestors de continguts. (Josep Guardiola)

Itinerari B - Introducció a la comunicació i el màrqueting (5 crèdits)

Comunicació: La Comunicació Social. El fet comunicatiu. Perspectiva històrica. Nous paradigmes. (Miquel de Moragas, Josep Maria Martí, Gemma Larrègola, Núria García)

Màrqueting: Màrqueting: fonaments bàsics. El màrqueting dins l'estratègia de negoci. El pla de màrqueting. (Joan Llonch)

Mòdul 1: Comunicació Web (15 crèdits)

- **Breu Història de la web.** ARPANET i el naixement d'Internet. La consolidació d'un nou mitjà. La última frontera o Big Brother. (Mati Delgado, David Casacuberta)

- **Formats i gèneres de la web**

Web 1.0: L'internet dels pioners. Webs institucionals, diaris on line, portals horitzontals i verticals, directoris. El naixement del comerç electrònic. (Maite Soto, Emilio Márquez)

Web 2.0: L'eclosió de la web social. Empowerment, co-creació, commodities. (Xavier Ribes)

Web 3.0: El futur de la xarxa. Web semàntica. La redefinició de la web. Webs multidispositiu. (David Casacuberta, Antonella Broglia)

- El llenguatge de la web: l'idioma d'internet

Estètica i usabilitat. Disseny estètic i/o funcional. Usabilitat. Tècniques d'anàlisi. Eye track. (Ariel Guersenzvaig, Laura Ruel)

Arquitectura de continguts i navegació. Organització de continguts i informació. Funcionalitats. Mapes web. Wire Frames. Accés a la informació i compliment d'objectius. (Armando Fidalgo, Sergio Sánchez)

Disseny d'interacció. De l'alçat al codi: Definició i disseny d'interfícies. Interrelació de l'usuari amb el sistema. (Armando Fidalgo, Sergio Sánchez)

Accessibilitat. Limitacions físiques, sensorials i tecnològiques. Accessibilitat per robots. Errors freqüents. Bones i males pràctiques. (Esther Van Summeren)

Informació i Copywriting: el text a Internet. Principis bàsics per la redacció de textos a la web. Persuabilitat i claredat. Marc teòric i exemples pràctics. (David Boronat, Sílvia Barrios)

El web multimedia. El web com a suport de contingut multimèdia. Reptes tecnològics. Situació actual i perspectives de futur. (Rosa Franquet, Santiago Miralles, Xavier Ribes)

Mòdul 2: Màrqueting Web (15 crèdits)

- **E-màrqueting.** El màrqueting a l'era digital. Marketing mix a Internet. Estratègies. Dominis i identitat de marca a Internet (Òscar Coromina, Maura Claramunt, Alberto Domínguez)

- **Analítica Web:** Analítica i mètrica web. Tècniques i modalitats de medició. Unitats de mesura, conceptes. KPI i KIA. Definició d'objectius i ROI. Optimització: disseny de test, execució i valoració. Mètodes de recerca qualitativa. (Òscar Coromina, Pere Rovira, Maite Soto)

- **Search Engine Marketing (SEM):** Posicionament de pagament en cercadors (PPC). Disseny i desenvolupament de campanyes. Estratègies. Estudi de cas: AdWords de Google. Landing pages: Disseny i optimització. (Magalí Benítez, Alex Castellote)

- **Search Engine Optimization (SEO):** Disseny i optimització d'estratègies d'indexació i posicionament natural/orgànic en cercadors, especialment a Google. (Isidre Tomasa, Javier Casares)

- **Publicitat on line:** Nous models creatius: cross media, virals, etc. Disseny de campanyes. Gestió i planificació. (John A. Lynn, Noemí Martínez, Juan M. Moreno)

- **E-mail màrqueting:** Estructuració de missatges. Principis de màrqueting directe. Seguiment de resultats. (Gorka Garmendia)

- **Social Media Optimization.** E-màrqueting i web 2.0. Cocreació i empowerment. Xarxes socials. Gestió de la reputació. (Nando Llorella)

Mòdul 3: Negoci web (15 crèdits)

- **Models de negoci a Internet.** Empresa 2.0. E-business plan. E-commerce. Models de negoci 2.0 i 3.0. Business Angels i altres fonts de finançament. (Joan Carles Martínez, Carlos Blanco, Àlex d'Espona)

- **Seguretat i aspectes legals.** Marc legal. LSSI i LOPD. Seguretat i sistemes d'informació. Mitjans de pagament i seguretat de transaccions. Seguretat 2.0. (Carlos Sánchez Almeida, Xavier Verge, Ferran Busquets, Josep Cabañete, Antoni Bosch)

- **Direcció de projectes.** L'èxit del projecte. Metodologies. Planificació (Ms project). Valoració econòmica de projectes. Control i seguiment. (Víctor Giménez, Daniel Blabia, Ferran Busquets)

- **E-logística.** Necessitats logístiques del e-commerce. *Supply Chain Management*. Integració de sistemes (Web-ER-CRM-SCM). E-factura. (Joan Carles Martínez, José Luis Martínez)

- **Gestió del coneixement.** RRHH i la xarxa. Web 2.0 i gestió del coneixement. Blogs interns i wikis. (Xavier Verge, Ramon Costa, Pere Rosales)

Treball de Recerca (15 crèdits)

Un cop superat el mòdul introductori i els 3 mòduls que formen el cos central del màster, l'estudiant disposarà de sis mesos per realitzar un treball de recerca. Cada alumne haurà de presentar un projecte de treball d'investigació en relació a l'àmbit del Màster. En funció de la temàtica s'assignarà un tutor que revisarà la realització del projecte. El treball es presentarà i defensarà davant d'un tribunal.

Equip Acadèmic

En la docència del màster en Web: Comunicació, Màrqueting i negoci hi participen professors de la Universitat Autònoma de Barcelona i d'altres universitats, així com professionals en actiu de reconegut prestigi. D'aquesta manera es combina el rigor acadèmic i un enfocament pràctic i actual.

Director

Emili Prado. Catedràtic de Comunicació Audiovisual a la UAB i Research Associate at University of California, Berkeley.

Coordinadors

Isidre Tomasa. Responsable de Web i Sistemes d'Informació a l'Escola de Postgrau de la Universitat Autònoma de Barcelona. Consultor SEO. Professor de posicionament en cercadors a la UOC i la UAB.

Òscar Coromina. Especialista en e-màrqueting. Cap de Comunicació i Màrqueting de l'Escola de Postgrau de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Professors

Alberto Domínguez. Domain consultant. CEO de Dinamon.

Álex Castellote. Copy creatiu i consultor a Multiplica.

Àlex d'Espona. Information Technology and Services Consultant. Coordinador de la Business Angel Network de Catalunya.

Antoni Bosch. Director Institute Audit @ IT-Governance (IAITG). Director de IT-Governance de l'Institut de dret i tecnologia de la UAB. Professor de la UAB.

Antonella Brogna. Information Technology and Services Consultant and Contractor a Infonomia.

Ariel Guersenzvaig. Dissenyador d'Interacció. Estrateg independent en disseny d'experiència d'usuari i disseny de serveis. Director executiu de

l'Observatori de disseny de FAD. Professor de l'Escola Universitària Elisava.

Armando Fidalgo. Expert en usabilitat en sistemes d'informació. Director de consultoria a Usolab.

Carlos Blanco. Fundador i CEO d'ITNET consulting, fundador de First Tuesday.

Carlos Sánchez Almeida. Expert en dret d'Internet i TIC. Advocat al Bufet Almeida.

Daniel Blabia. Professor del departament d'economia de l'Empresa. Especialista en direcció d'operacions i logística.

David Boronat. Expert en màrqueting, publicitat i negocis a Internet. Cofundador i CEO de Multiplica. Professor de màrqueting interactiu a La Salle i ESADE.

David Casacuberta. Professor de Filosofia de la Ciència a la UAB. Especialista en impactes socials i cognitius dels nous mitjans i col·laborador en projectes d'e-inclusió i cultura digital.

Emilio Márquez. Creador de Marqueze.net, empresari a Internet des de 1996.

Esther van Summeren. Experta en experiència d'usuari i arquitectura de la informació i webs accessibles. Dissenyadora web i maquetació segons estàndards web.

Gemma Larrègola. Professora titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Coordinadora de la mostra televisiva Miniput.

Ferran Busquets. Director de mitjans de pagament del Banc de Sabadell.

Gorka Garmendia. Creatiu i consultor de màrqueting directe, especialitzat en e-mailing, AdWords i landing pages. Ha impartit seminaris a la Universitat de Lleida i a l'escola de negocis EADA. Professor de l'ICEMD i CEO de Gorka Garmendia & Asociados.

Javier Casares. Expert en cercadors. CEO/CTO de OJO internet, COO/CTO de EtheK Media, CTO/SEO de Kisslab. Autor de la guia de referència SEO.

Joan Carles Martínez. CEO de Inspecta i Owner de BCN Idea Factory. Professor de la Damascus University, Universidad de Lima i la UAB.

Joan Llorch. Vicepresident del Banc de Sabadell. Professor titular d'Economia de l'Empresa de la UAB.

John A Lynn. President & CEO de Grey Group Spain

Josep Cañabete. Advocat. Professor a la UAB. Investigador a la University of California at Berkeley, Instituto Tecnológico Autónomo de México i a la Westfälische Wilhelms-Universität de Münster.

Josep Lluís Martínez. Professor del departament d'economia de l'Empresa. Especialista en direcció d'operacions i logística.

Josep Guardiola. Professor Escola Universitària d'Informàtica Tomàs Cerdà.

Josep Maria Martí. Director de la cadena SER a Catalunya. Professor titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB). Director del Màster en Direcció i Gestió d'Empreses Radiofòniques.

Juan M. Fernández. Professor de l'Àrea d'Arquitectura i Tecnologia de Computadors de la UAB. Developer a GMV.

Juan M. Moreno. On line Marketing Manager de Betfair.

Laura Ruel. Consultora en mitjans digitals. Professora de Comunicació Visual i Producció Multimèdia a la School of Journalism and Mass Communication de la University of North Carolina a Chapel Hill.

Magali Benítez. Especialista en màrqueting on line i màrqueting de cercadors. Responsable d'estratègia i direcció de comptes a Polièdric. Formadora de Google Adwords.

Maria Teresa Soto. Especialista en continguts multimèdia i televisió interactiva. Professora titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB).

Marta Castro. Dissenyadora gràfica i blogger. Autora, sota l'alias de Kalho, de blogs com Dadanoias.net o Ternuraporno.net

Matilde Delgado. Professora titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat a la UAB, especialitzada en models de programació televisiva i les possibilitats dels productes de ficció a les noves xarxes interactives.

Maura Claramunt. Especialitzada en Business Development i Market Research. Consultora en estratègies de marketing i models de desenvolupament de negoci en sectors com innovació i comunicació, tecnologia i desenvolupament territorial

Miquel de Moragas. Catedràtic de Teoria de la Comunicació a la UAB. Director de l'Institut de la comunicació.

Nando Llorella. Online Marketing Consultant: marketing strategy, comunitats i blogosfera, SMO, SEM, web analytics, travel 2.0

Noemí Martínez. Account manager a Double You.

Núria García. Professora Titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB), especialitzada en en els models de programació televisiva i en

estudis de recepció de mitjans, amb atenció especial al públic infantil i juvenil.

Pere Rosales. Especialista en comunicació digital i creativitat. Director de Marketing y Comunicación a Profesionalia. Professor al ICMD, UPF, UAB i a l'IED.

Pere Rovira. Analista Web i expert en optimització de productes web. Director de WebAnalytics.es. Professor a ESADE, University of California, Berkeley i a la UAB.

Ramon Costa. Assessor del Centre d'Innovació en Productivitat de Microsoft. Professor a EADA.

Rosa Franquet. Especialista en mitjans radiofònics i noves tecnologies. Catedràtica de Comunicació Audiovisual a la UAB i Research Associate at University of California, Berkeley.

Santiago Miralles. Director Gerent de la Corporació Catalana de Radio i Televisió Interactiva i Director d'Aliances Estratègiques B2B de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

Sergio Sánchez. Disenyador d'interacció. Consultor d'usabilitat a Usolab.

Sílvia Barrios. Creativa freelance (copy, il·lustració i direcció d'art). Professora de Redacció Publicitària a la Universitat de Vic.

Víctor Giménez. Professor i director acadèmic de diversos graus i postgraus d'economia i empresa i turisme i gestió hotelera (UAB, Universidad de Lima).

Xavier Ribes. Professor titular de Comunicació Audiovisual i Publicitat a la UAB. Expert en noves tecnologies. Professor a la UPC, IUP i a la UOC.

Xavier Verge. Team Manager o Project Manager en projectes sobre sistemes d'informació i TIC. Professor (UAB, UB, Universidad de Lima).