

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

| | Contenido teórico | Actividades (6 puntos) |
|----------|--|---|
| Semana 1 | Tema 1. La comunicación en el entorno digital 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Nuevas tecnologías 1.3. Nuevos mercados 1.4. Nuevos dispositivos | Asistencia a dos clases presenciales virtuales a lo largo del cuatrimestre (0,20 puntos cada una) |
| Semana 2 | Tema 1. La comunicación en el entorno digital (continuación) 1.5. Instrumentos y metodologías digitales 1.6. La comunicación en el marketing digital 1.7. 10 mandamientos del marketing digital 1.8. Referencias bibliográficas | Test tema 1 (0,05 puntos) |
| Semana 3 | Tema 2. Audiencias 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Los nuevos usuarios 2.3. Comportamientos de compra 2.4. Criterios y técnicas de segmentación 2.5. Gestión de los clientes; CRM 2.6. Referencias bibliográficas | Foro: El cliente digital (0,9 puntos) Test tema 2 (0,05 puntos) |
| Semana 4 | Tema 3. Nuevas formas de comunicación 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Introducción 3.3. Transmedia 3.4. Las comunidades de fans 3.5. Storytelling 3.6. Branding y la marca 3.7. Referencias bibliográficas | Test tema 3 (0,05 puntos) |
| Semana 5 | Tema 4. Evolución del marketing 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Teorías y definiciones 4.3. Marketing 1.0 4.4. Marketing 2.0 4.5. Marketing 3.0 4.6. Referencias bibliográficas | Test tema 4 (0,05 puntos) |
| Semana 6 | Tema 5. Estrategias de marketing 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Marketing de relaciones (marketing relacional) 5.3. Marketing viral 5.4. Street marketing, realidad aumentada y de guerrilla 5.5. Inbound marketing y de contenidos | |
| Semana 7 | Tema 5. Estrategias de marketing (continuación) 5.6. Email marketing y marketing electrónico 5.7. Marketing de geolocalización 5.8. Marketing móvil 5.9. Referencias bibliográficas | Lectura: Inbound marketing (1,2 puntos) Test tema 5 (0,05 puntos) |

| | Contenido teórico | Actividades (6 puntos) |
|-----------|---|---|
| Semana 8 | Tema 6. Plan estratégico de marketing digital 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Fase de estudio 6.3. Fase de planificación 6.4. Fase de implementación 6.5. Referencias bibliográficas | Test tema 6 (0,05 puntos) |
| Semana 9 | Tema 7. Posicionamiento en buscadores 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Buscadores: definición y tipos 7.3. Web 2.0 y 3.0 | |
| Semana 10 | Tema 7. Posicionamiento en buscadores (continuación) 7.4. SEO 7.5. SEM 7.6. SMO 7.7. Referencias bibliográficas | Trabajo: Estudio SEO (1,5 puntos) Test tema 7 (0,05 puntos) |
| Semana 11 | Tema 8. Campañas de pago 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Definición y tipos; pagos por clic 8.3. Search y online ads | |
| Semana 12 | Tema 8. Campañas de pago (continuación) 8.4. Display banners 8.5. Google Adwords 8.6. Referencias bibliográficas | Trabajo: Taller digital de Google Ads (1,5 puntos) Test tema 8 (0,05 puntos) |
| Semana 13 | Tema 9. Analítica web 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Breves conceptos 9.3. Google Analytics | |
| Semana 14 | Tema 9. Analítica web (continuación) 9.4. Monitorización, cuadro de mando y KPIs 9.5. Herramientas de medición 9.6. Indicadores y toma de decisiones 9.7. Referencias bibliográficas | Test tema 9 (0,05 puntos) |
| Semana 15 | Tema 10. E-commerce 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Características de e-commerce 10.3. Estructura y mantenimiento 10.4. Logística 10.5. Transacciones y métodos de pago 10.6. Revenue management y la política de precios | Test tema 10 (0,05 puntos) |
| Semana 16 | Semana de exámenes | |