

## Programación semanal

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

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
<b>BLOQUE 1.</b> Análisis estratégico y plan de publicidad digital	Semana 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Analizar las campañas de publicidad de una empresa y de su competencia a través de herramientas como <b>Facebook Ads Library</b>.</li> </ul>	<b>Tema 1:</b> <b>Introducción a la publicidad digital</b>	<b>Presentación de asignatura:</b> 45 min  <b>Clase 1:</b> 45 min  <b>Problema:</b> ¿Cómo defender frente al equipo directivo de una marca las ventajas y justificar los inconvenientes de una campaña publicitaria digital?  ¿Cómo empezar a diseñar la primera fase del plan de publicidad digital para una empresa?	Test Tema 1 (0,1 punto)	<b>Crear campaña en Google Ads y Social Ads para la empresa Top Talent Executive Search</b>	<b>Desarrolla la competencia de pensamiento creativo.</b> Huella UNIR.  Fecha entrega: fin de la asignatura. (2,7 puntos)	Experiencia en Facebook Ads Library.

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	
BLOQUE 2. Diseño de campañas publicitarias en Google Ads	Semana 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar un plan de publicidad digital.</li> <li>▶ Crear campañas de publicidad <b>display en medios</b>, en blogs (<b>Publisuites</b>), <b>Google Ads (YouTube)</b> y <b>redes sociales</b>.</li> </ul>	<b>Tema 2:</b>  <b>Formatos, creatividad interactiva y diseño de campañas online</b>	<b>Clase 2: 75 min</b>  <b>Problema:</b> ¿Qué porcentaje del presupuesto dedicaremos a cada formato de publicidad de una campaña real en función de los KPIs?	Test Tema 2 (0,1 punto)			Experiencia en publicidad display en Google Ads, Publisuites, Social Ads.
	Semana 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar una campaña de búsqueda en <b>Google Ads</b>.</li> </ul>	<b>Tema 3:</b>  <b>La publicidad en buscadores: SEM</b>	<b>Clase 3: 75 min</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo conseguir los objetivos de marketing de una empresa B2B a corto plazo con la ayuda de Google Ads?				
	Semana 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Elaborar la estrategia, el grupo de keywords (con <b>Planificador de palabras clave, Semrush o Ubersuggest</b>) y los anuncios creativos adecuados para la campaña de una empresa.</li> </ul>	<b>Tema 3:</b>  <b>La publicidad en buscadores: SEM (2ª parte)</b>	<b>Clase 4: 45 min</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo optimizar la campaña de una empresa según los resultados obtenidos?	Test Tema 3 (0,1 punto)			Experiencia en Planificador de palabras clave de Google, Semrush o Ubersuggest.

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
BLOQUE 3. Plan de acciones de prospecting y retargeting		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar un plan de publicidad digital para una empresa real.</li> </ul>		<p><b>Presentación de actividad 1: 30 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo aumentar las ventas de una pyme real a través de una estrategia de publicidad digital que sea rentable y coherente con la filosofía de la marca?</p>	<p><b>Actividad 1:</b> <b>Plan de publicidad digital para la empresa KOOCH</b></p>			<p>Diseño de un plan de publicidad digital para la <b>empresa KOOCH</b>.</p>
	Semana 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Resolver problemas habituales en campañas de Google Ads</li> <li>▶ Crear campaña local en <b>Google My Business</b>.</li> </ul>	<p><b>Tema 4:</b> <b>Uso de Ads</b></p>	<p><b>Clase 5: 75 min</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo optimizar una campaña en Google Ads de una empresa y detectar errores?</p>	<p>Test Tema 4 (0,1 punto)</p>			<p>Experiencia en Google My Business y campañas de publicidad locales.</p>
	Semana 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Fomentar la retención y recurrencia de los clientes a través del <b>retargeting</b> a partir de los resultados obtenidos en la estrategia de <i>prospecting</i>.</li> </ul>	<p><b>Tema 5:</b> <b>Publicidad comportamental: <i>prospecting</i> y <i>retargeting</i> en el contexto de</b></p>	<p><b>Clase 6: 75 min</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo diseñar una campaña de retargeting para una empresa a partir de sus resultados obtenidos en su estrategia de <i>prospecting</i>?</p>	<p><b>Entrega Actividad 1:</b> (3 puntos)</p> <p>Test Tema 5 (0,1 punto)</p>			<p>Habilidad en campañas de <i>retargeting</i>.</p>

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
BLOQUE 4. Diseño de campañas publicitarias en Social Ads	Semana 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Redactar y diseñar anuncios creativos (<b>Adbuilder-Creative Hub</b>).</li> <li>▶ Crear campañas en <b>Facebook Ads, Instagram Ads, Twitter Ads</b>.</li> </ul>	<b>Tema 6:</b> <b>Estrategias publicitarias en redes sociales (I Parte)</b>	<b>Clase 7: 45 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo conseguir objetivos de tráfico y conversión para una empresa en Instagram y Twitter Ads?				Experiencia en Adbuilder, Facebook Ads, Instagram Ads y Twitter Ads.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar una campaña de <i>prospecting</i> y otra de <i>retargeting</i>.</li> </ul>		<b>Presentación de la actividad 2: 30 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo cumplir los objetivos de la empresa vinculando campañas de <i>prospecting</i> y <i>retargeting</i> ?	<b>Actividad 2: Diseño de campañas de prospecting y retargeting para la empresa KOOCH</b>			Creación de campañas de <i>prospecting</i> y <i>retargeting</i> para la <b>empresa KOOCH</b> .
	Semana 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar y optimizar campañas en <b>LinkedIn Ads</b> y <b>YouTube</b>.</li> </ul>	<b>Tema 6:</b> <b>Estrategias publicitarias en redes sociales (II Parte)</b>	<b>Clase 8: 45 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo debería una empresa B2B con bajo presupuesto invertir en LinkedIn Ads para obtener los resultados esperados?				Experiencia en LinkedIn Ads y YouTube.

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Detectar errores y optimizar un plan de publicidad digital para una empresa real.</li> </ul>		<p><b>Resolución de la actividad 1: 45 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo aumentar las ventas de una pyme real a través de una estrategia de publicidad digital que sea rentable y coherente con la filosofía de la marca?</p>				
	Semana 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar y optimizar campañas en <b>Tik Tok Ads</b> o <b>Twitc Ads</b>.</li> </ul>	<p><b>Tema 6:</b></p> <p><b>Estrategias publicitarias en redes sociales (III Parte)</b></p>	<p><b>Clase 9: 75 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿En qué tipo de situaciones y para qué tipo de empresas es rentable la publicidad en Tik Tok?</p>	<p><b>Entrega Actividad 2:</b> (3 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,1 punto)</p>			Experiencia en Tik Tok Ads.
	Semana 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Segmentar y crear una campaña de <i>retargeting</i> en <b>Facebook Ads</b> y <b>Google Ads</b>.</li> <li>▶ Tomar decisiones en función del ROI de una campaña.</li> <li>▶ Optimizar <i>landing page</i>.</li> </ul>	<p><b>Tema 7:</b></p> <p><b>Fórmulas de pago y estrategias ROI</b></p>	<p><b>Clase 10: 45 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo diseñamos una campaña de <i>retargeting</i> en función del ROI conseguido en la campaña de <i>prospecting</i> de una empresa?</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 punto)</p>			

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
<b>BLOQUE 5</b> Análisis de resultados y optimización de campañas				<b>Clase de Recomendación de examen: 45 minutos</b>	<b>Examen final: en la semana 16</b> (60% de la evaluación)			
<b>BLOQUE 6</b> Publicidad programática y campañas de afiliación	Semana 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar una estrategia y campaña de publicidad <b>programática (Oniad)</b>.</li> <li>▶ Diferenciar y seleccionar modelos de atribución.</li> </ul>	<b>Tema 8:</b> <b>Publicidad programática</b>	<b>Clase 11: 45 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo estructurar y presentar una campaña de publicidad programática basada en la captación de leads?	Test Tema 8 (0,1 punto)			Experiencia en publicidad programática con herramientas como Oniad.
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Detectar errores y optimizar las campañas propuestas para la empresa.</li> </ul>		Resolución de la actividad 2: <b>45 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo cumplir los objetivos de la empresa vinculando campañas de <i>prospecting</i> y <i>retargeting</i> ?				

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
	Semana 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar una estrategia integral de publicidad digital en Google Ads y Social Ads en función de los objetivos de la empresa.</li> </ul>		<p><b>Presentación de la actividad grupal: 90 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Cómo diseñar la estrategia integral de publicidad digital de una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100 000 € para el próximo año?</p>		<p><b>Actividad 3 del proyecto de marketing digital: Crear campaña en Google Ads y Social Ads para la empresa Top Talent Executive Search</b></p>		<p>Diseño de estrategia y campañas publicitarias para la empresa <b>Top Talent Executive Search</b>.</p>
	Semana 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Diseñar una campaña de marketing de afiliación (<b>Adtraction, Awin...</b>).</li> <li>▶ Identificar influencers relevantes para una marca (<b>Coobis, SocialPubli...</b>).</li> <li>▶ Implementar estrategias de recomendación.</li> </ul>	<p><b>Tema 9:</b></p> <p><b>Marketing de Afiliación</b></p>	<p><b>Clase 13: 75 minutos</b></p> <p><b>Problema:</b> ¿Qué <i>influencers</i> seleccionar para colaborar con una marca en función de su presupuesto y objetivos?</p>	<p>Test Tema 9 (0,1 punto)</p>			<p>Experiencia en herramientas de marketing de <i>influencers</i> y afiliación (Adtraction, Awin, Coobis, SocialPubli...).</p>

Ruta de aprendizaje	Semana	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
	Semana 14	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Comparar campañas de publicidad desde el punto de vista de un director de marketing digital, proponer mejoras y discutir sobre posibles resultados.</li> </ul>		<b>Clase 14:</b>  <b>Resolución de la actividad grupal: 90 minutos</b>  <b>Problema:</b> ¿Cómo diseñar la estrategia integral de publicidad digital de una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100 000 € para el próximo año?	<b>Entrega de Actividad Grupal</b> (5,4 puntos)			
	Semana 15			<b>Clase 15:</b> <b>REPASO: 75 minutos</b>				
	Semana 16	<b>Semana de exámenes</b>						

**NOTA**

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.