

## 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 (10 puntos)
Semana 1	<b>Semana de introducción a la asignatura</b>	
Semana 2	<b>Tema 1. Una mirada al pasado y los nuevos modelos económicos</b> 1.1. Presentación 1.2. El entorno digital de los negocios 1.3. La ley de Moore	Investigación: CANVAS de modelo de negocio Osterwalder (2,2 puntos)
Semana 3	<b>Tema 1. Una mirada al pasado y los nuevos modelos económicos (continuación)</b> 1.4. Informe Nora Minc: telemática 1.5. La economía Long Tail 1.6. La economía Wiki 1.7. Tendencias y nuevos modelos de negocio	
Semana 4	<b>Tema 2. Evolución del marketing en el nuevo entorno digital</b> 2.1. Presentación 2.2. Evolución del marketing (pasado y futuro) 2.3. Factores que influyen en el nuevo marketing	Manual: Producto digital (2,8 puntos)
Semana 5	<b>Tema 2. Evolución del marketing en el nuevo entorno digital (continuación)</b> 2.4. Evolución del marketing frente a la evolución social 2.5. Principios constantes del marketing 2.6. Tendencias y retos del marketing	
Semana 6	<b>Tema 2. Evolución del marketing en el nuevo entorno digital (continuación)</b> 2.7. Estrategias del nuevo marketing: concentración, posicionamiento y diferenciación. 2.8. Segmentación en el nuevo marketing 2.9. Diferenciación e innovación. 2.10. Los diez pecados mortales del nuevo marketing	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
Semana 7	<p><b>Tema 3. Comercio electrónico y desarrollo de negocio online</b></p> <p>3.1. Presentación</p> <p>3.2. El entorno online como soporte de negocio o como base del mismo</p> <p>3.3. Modelos de desarrollo de negocio online</p> <p>3.4. Elementos clave en la ejecución de un Proyecto e-commerce desde la óptica del marketing: imagen, usabilidad y servicio</p> <p>3.5. Detalles técnicos y su influencia en el desarrollo de negocio</p>	
Semana 8	<p><b>Tema 4. Herramientas de marketing digital</b></p> <p>4.1. Presentación</p> <p>4.2. ¿Cómo hacer campañas eficaces?</p> <p>4.3. La importancia de un buen desarrollo web</p>	<p>Foro:</p> <p>Las redes sociales como herramienta principal para el marketing digital (1,5 puntos)</p>
Semana 9	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 10	<p><b>Tema 4. Herramientas de marketing digital (continuación)</b></p> <p>4.4. Buscadores. Cómo planificar campañas eficaces. SEO y SEM</p> <p>4.5. Marketing viral</p> <p>4.6. Email marketing</p>	
Semana 11	<p><b>Tema 4. Herramientas de marketing digital (continuación)</b></p> <p>4.7. Marketing en redes sociales. SMO</p> <p>4.8. Publicidad online: affiliate marketing</p>	<p>Plan:</p> <p>Marketing digital (3,5 puntos)</p>
Semana 12	<p><b>Tema 4. Herramientas de marketing digital (continuación)</b></p> <p>4.9. Advergaming y marketing dinámico</p> <p>4.10. Integración de estrategias online y offline</p> <p>4.11. Conclusiones generales</p>	
Semana 13	<p><b>Tema 5. Mobile marketing</b></p> <p>5.1. Presentación</p> <p>5.2. Origen y evolución del marketing en dispositivos móviles</p> <p>5.3. Definición y características del mobile marketing</p>	
Semana 14	<p><b>Tema 5. Mobile marketing (continuación)</b></p> <p>5.4. Formatos y contenidos</p> <p>5.5. Otros sistemas de interacción</p> <p>5.6. Las Apps móviles como instrumento de fidelización</p>	

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (10 puntos)
<p><b>Tema 6. El plan de marketing online.</b>  <b>Introducción caso práctico</b>                      6.1. Presentación                      6.2. El plan de marketing online                      6.3. Fases para la elaboración de un plan de marketing online                      6.4. Las 4 Fs de Paul Fleming                      6.5. Productos, precios y marca en el entorno digital                      6.6. Análisis del retorno de las acciones de marketing online, ROI</p>	
<p>Semana 15</p>	
<p>Semana 16</p>	<p><b>Semana de repaso</b></p>
<p>Semana 17</p>	<p><b>Examen final</b></p>