

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 (20 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción al <i>marketing</i> digital 1.1. Introducción y objetivos 1.2. <i>Marketing online vs. marketing tradicional</i> 1.3. Ecosistema digital 1.4. La web y sus características 1.5. El uso comercial de la web 1.6. Referencias bibliográficas	Test tema 1 (0,2 puntos)
Semana 2	Tema 2. Audiencias 2.1. Introducción y objetivos 2.2. Perfil del consumidor 2.3. Relación entre marcas y nuevos consumidores 2.4. <i>Buyer</i> persona 2.5. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,2 puntos)
Semana 3	Tema 3. Conceptos básicos del SEO 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Los motores de búsqueda 3.3. ¿Qué es SEO? 3.4. Metodología y procesos del SEO 3.5. Tipos de SEO 3.6. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,2 puntos)
Semana 4	Tema 4. La publicidad digital y sus protagonistas 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Características de la publicidad digital 4.3. Composición del sector publicitario digital 4.4. Modelos de pago en publicidad <i>online</i> 4.5. Formatos publicitarios 4.6. Referencias bibliográficas Tema 5. Publicidad en buscadores y Social Media 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Publicidad en buscadores 5.3. Google Ads 5.4. Tipos de anuncios que ofrece Google Ads 5.5. Palabras clave en la publicidad de Google 5.6. Publicidad en redes sociales 5.7. Referencias bibliográficas	Actividad: Consumidor 2.0 y las marcas (9 puntos) Test tema 4 (0,2 puntos) Test tema 5 (0,2 puntos)

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 5	<p>Tema 6. Plan publicitario online 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Objetivos y segmentación 6.3. Elementos del plan de publicitario 6.4. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 7. Landing Page 7.1. Introducción y objetivos 7.2. ¿Qué es y para qué sirve una <i>landing page</i>? 7.3. Diseño y optimización de una <i>landing page</i> 7.4. Seguridad y confianza 7.5. La calidad del <i>lead</i> 7.6. Necesidad de test 7.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 6 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 7 (0,2 puntos)</p>
Semana 6	<p>Tema 8. Campañas de marketing digital 8.1. Introducción y objetivos 8.2. <i>Marketing</i> relacional 8.3. <i>Marketing</i> viral 8.4. <i>Marketing</i> móvil 8.5. <i>Marketing</i> de guerrilla 8.6. <i>Marketing</i> de geolocalización 8.7. <i>Marketing</i> en redes sociales 8.8. <i>Branded content</i> 8.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 7	<p>Tema 9. Email marketing 9.1. Introducción y objetivos 9.2. ¿Qué es el <i>email marketing</i>? 9.3. <i>Permission marketing</i> 9.4. Cómo realizar una campaña 9.5. Métricas de efectividad de email marketing 9.9. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 10. Inbound marketing 10.1. Introducción y objetivos 10.2. <i>Outbound vs. inbound</i> 10.3. Características del <i>marketing</i> de contenidos 10.4. Tipos de contenidos y plataformas de difusión 10.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal: Campañas de marketing digital (8,6 puntos)</p> <p>Test tema 9 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 10 (0,2 puntos)</p>

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
<p>Semana 8</p> <p>Tema 11. Métricas relevantes y rendimiento 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Medición en <i>marketing</i> digital 11.3. Métricas principales 11.4. Herramientas de medición 11.5. Conversión y ROI 11.6. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 12. Plan de <i>marketing</i> digital 12.1. Introducción y objetivos 12.2. Planear el <i>marketing</i> digital 12.3. El plan de <i>marketing</i> digital paso a paso 12.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 11 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 12 (0,2 puntos)</p>
Semana 9	Semana de repaso
Semana 9	Semana de exámenes

NOTA

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