

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 | Eventos (4 puntos) | Trabajos (6 puntos) |
|-----------|---|---|---|
| Semana 1 | Tema 1. Marketing online y offline: blended marketing 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Marketing offline y online: blended marketing 1.3. El marketing online: diferencias frente al marketing tradicional | Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre 1 punto cada una). | |
| Semana 2 | Tema 1. Marketing online y offline: blended marketing 1.4. El perfil del internauta 1.5. Características de la web | | |
| Semana 3 | Tema 1. Marketing online y offline: blended marketing 1.6. Tipos de contenido de la web 1.7. El uso comercial de la web | Test Tema 1 (0,5 puntos) | |
| Semana 4 | Tema 2. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones (I) 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Reglas del marketing online 2.3. Terminología de la publicidad online | | |
| Semana 5 | Semana de repaso | | |
| Semana 6 | Tema 2. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones (I) 2.4 Segmentación publicitaria 2.5 Conversión y ROI | Test Tema 2 (0,5 puntos) | Trabajo: Plan de marketing online (3 puntos) |
| Semana 7 | Tema 3. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones (II) 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Objetivos de marketing: principales características y requisitos 3.3. Tipos de objetivos | Test Tema 3 (0,5 puntos) | Lectura: Campañas de lanzamiento de productos en verano (3 puntos) |
| Semana 8 | Tema 3. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones (II) 3.4. Criterios de selección 3.5. Diseño del plan de marketing digital: especificaciones | | |
| Semana 9 | Tema 4. Análisis y control del plan de marketing digital 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Previsión de ventas 4.3. Presupuesto 4.4. Cronogramas y planificación temporal | Test Tema 4 (0,5 puntos) | |
| Semana 10 | Tema 4. Análisis y control del plan de marketing digital 4.5. Indicadores y ratios importantes 4.6. Análisis y control del plan de marketing digital | | |