

Programación semanal

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

	TEMAS	ACTIVIDADES (9 puntos)	EVENTOS (4,75 puntos)	LECTURAS (1,25 puntos)
Semana 1	<p>Tema 1. Consideraciones básicas a tener en cuenta</p> <p>1.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>1.2. Mundo online versus <i>offline</i>: principios básicos del ecosistema digital</p> <p>1.3. Del marketing a la analítica web. La inercia del marketing masivo</p> <p>1.4 De la «analítica web» a la «monitorización social»</p> <p>1.5. De la «monitorización social» a la «métrica publicitaria»</p> <p>1.6. Analizar visitas y registrar datos</p> <p>1.7. Referencias bibliográficas</p>		<p>Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una)</p> <p>Test tema 1 (0,25 puntos)</p>	
Semana 2	<p>Tema 2. Conceptos clave: ¿qué es la analítica web?¿</p> <p>2.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>2.2. Aproximación histórica</p> <p>2.3. Hoja de ruta</p> <p>2.4 La analítica web ahora</p> <p>2.5. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test tema 2 (0,25 puntos)</p>	
Semana 3	<p>Tema 3. ¿Qué son las métricas?</p> <p>3.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>3.2 Aclarando conceptos</p> <p>3.3 Conceptos básicos de arranque en métricas básicas</p> <p>3.4 La obligación de estar al día</p> <p>3.5. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test tema 3 (0,25 puntos)</p>	<p>Lectura: Técnicas de monitorización web: analice sus visitas, rendimiento, comunidades y competidores en su sitio web (1,25 puntos)</p>
Semana 4	<p>Tema 4. Tipos de medición</p> <p>4.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>4.2. Cálculo del ROI</p> <p>4.3. Métricas aplicadas al marketing digital</p> <p>4.4. Referencias bibliográficas</p>		<p>Test tema 4 (0,25 puntos)</p>	

	TEMAS	ACTIVIDADES (9 puntos)	EVENTOS (4,75 puntos)	LECTURAS (1,25 puntos)
Semana 5	Tema 5. Medición digital y monitorización web I 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. ¿Qué podemos medir? Áreas de estudio 5.3. Visitantes y usuarios: proyecto digital 5.4. Entrada y salida. Emisión y recepción 5.5. Relación de alcance 5.6. Referencias bibliográficas	Trabajo: Métricas básicas a través de Google Analytics (1,75 puntos)	Test tema 5 (0,25 puntos)	
Semana 6	Tema 6. Medición digital y monitorización web II 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Monitorizar la usabilidad 6.3. Monitorización sintética 6.4. Monitorización del usuario 6.5. Monitorización automática a través de herramientas 6.6. Referencias bibliográficas		Test tema 6 (0,25 puntos)	
Semana 7	Tema 7. Implementar un análisis 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Implementar un análisis 7.3. Paneles 7.4. Gestión de perfiles 7.5. Palabras clave 7.6. Herramientas concretas 7.7. La competencia 7.8. Referencias bibliográficas		Test tema 7 (0,25 puntos)	
Semana 8	Tema 8. Uso del SEO en métricas 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Aparición del SEO con Google 8.3. Posicionamiento en la web	Taller: Reporte de campañas y canales en medios digitales (3,75 puntos)		
Semana 9	Tema 8. Uso del SEO en métricas (continuación) 8.4. Funcionamiento 8.5. SERP (Search Engine Results Page) 8.6. Referencias bibliográficas	Trabajo: KPIs con Google Analytics (1,75 puntos)	Test tema 8 (0,25 puntos)	
Semana 10	Tema 9. Organización de los resultados 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Importancia de la simplificación de datos 9.3. La interpretación de los datos 9.4. Presentación de los datos 9.5. Referencias bibliográficas		Test tema 9 (0,25 puntos)	

	TEMAS	ACTIVIDADES (9 puntos)	EVENTOS (4,75 puntos)	LECTURAS (1,25 puntos)
Semana 11	Tema 10. Tendencias digitales en la estrategia y análisis de métricas publicitarias 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Elementos que lo componen 10.3 Modelos de negocio y técnicas de compra-venta 10.4. Referencias bibliográficas		Test tema 10 (0,25 puntos)	
Semana 12	Tema 11. Nuevos perfiles profesionales: el rol del analista 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Las dos caras de una misma moneda. 11.3. La tarea diaria 11.4. Decálogo para un networking sobresaliente 11.5. Perfiles del «rol analista» 11.6 El marco jurídico de los datos y contenidos en el marketing digital 11.7. Referencias bibliográficas	Trabajo: Cuadros de Mando (Dashboards) con Google Analytics (1,75 puntos)	Foro: Jornada laboral de un community manager (1,25 puntos) Test tema 11 (0,25 puntos)	
Semana 13	Tema 12. Casos de estudio concreto 12.1. ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. Google Analytics			
Semana 14	Tema 12. Casos de estudio concreto (continuación) 12.3. Google Adwords 12.4. Facebook Ads/Marketing con Facebook		Test tema 12 (0,25 puntos)	
Semana 15	Tema 12. Casos de estudio concreto (continuación) 12.5. Desarrollo de marca personal y redes sociales aplicadas 12.6. Referencias bibliográficas			
Semana 16	Semana de exámenes.			

NOTA

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