

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 (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Introducción al inbound marketing 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Qué es el inbound marketing 1.3. Beneficios del inbound marketing 1.4. Diferencias entre el outbound marketing y el inbound marketing 1.5. El contenido en el inbound marketing	Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,3 puntos cada una) Test Tema 1 (0,2 puntos)	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	Tema 2. Plan estratégico del inbound marketing 2.1. Introducción y objetivos 2.2. El plan de inbound marketing 2.3. La buyer persona y cómo definir nuestra audiencia		Clase del tema 2
Semana 3	Tema 2. Plan estratégico del inbound marketing (continuación) 2.4. El buyer journey 2.5. Analítica para inbound marketing	Test Tema 2 (0,2 puntos)	Clase del tema 2
Semana 4	Tema 3. El embudo de conversión: TOFU, MOFU y BOFU 3.1. Introducción y objetivos 3.2. El proceso de compra: el funnel de conversión 3.3. TOFU, la primera fase	Actividad <i>Embudo de conversión</i> (3,25 puntos)	Clase del tema 3
Semana 5	Tema 3. El embudo de conversión (continuación) 3.4. MOFU, la segunda fase 3.5. BOFU, la tercera fase	Actividad grupal <i>El posicionamiento web SEO</i> Lectura individual del trabajo grupal (6 puntos) Test Tema 3 (0,2 puntos)	Clase del tema 3 y presentación de la actividad <i>Embudo de conversión</i>
Semana 6		Coordinación y organización del trabajo en equipo (0,5 puntos)	Sesión de simulación

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 7	Tema 4. Search Engine Optimization (SEO) 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Qué es el SEO y cómo ha evolucionado 4.3. Los buscadores y su historia 4.4. Google y su algoritmo	Actividad grupal <i>El posicionamiento web SEO</i> Trabajo en equipo	Clase del tema 4 Resolución actividad <i>Embudo de conversión</i>
Semana 8	Tema 4. SEO (continuación) 4.5. El uso de keywords o palabras clave 4.6. SEO on page 4.7. SEO off page	Actividad grupal <i>El posicionamiento web SEO</i> Trabajo en equipo Test Tema 4 (0,2 puntos)	Clase del tema 4
Semana 9		Entrega Actividad grupal <i>El posicionamiento web SEO</i>	Clase de resolución de la actividad grupal
Semana 10	Tema 5. Marketing de contenidos 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Definición y aportaciones 5.3. Plan de contenidos para el inbound	Actividad <i>El plan de marketing de contenidos</i> (3,25 puntos)	Clase del tema 5 Sesión de explicación del modelo de examen
Semana 11	Tema 5. Marketing de contenidos (cont.) 5.4. Generación de contenidos 5.5. Errores comunes por evitar 5.6. Curación de contenidos	Test Tema 5 (0,2 puntos)	Clase del tema 5 Presentación de la actividad <i>El plan de marketing de contenidos</i>
Semana 12	Tema 6. Email marketing 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Definición y otras consideraciones		Clase del tema 6

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 13	Tema 6. Email marketing (continuación) 6.3. Cómo afrontar una campaña 6.4. Herramientas para el email marketing 6.5. Automatización	Test Tema 6 (0.2 puntos)	Clase del tema 6
Semana 14	Tema 7. Automatización del marketing 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Conceptos y herramientas 7.3. Lead scoring		Clase del tema 7 Resolución actividad <i>El plan de marketing de contenidos</i>
Semana 15	Tema 7. Automatización del marketing (continuación) 7.4. Lead nurturing 7.5. Uso de los chatbot	Test Tema 7 (0.2 puntos)	Clase del tema 7
Semana 16	Semana de exámenes		