

## Programación semanal

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

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción al marketing digital</p> <p>1.1. Introducción y objetivos</p> <p>1.2. Marketing online vs. marketing tradicional</p> <p>1.3. Ecosistema digital</p> <p>1.4. La web y sus características</p> <p>1.5. El uso comercial de la web</p> <p>1.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Asistencia a dos clases en directo a elegir a lo largo del curso (0,15 puntos cada una).</p> <p>Test tema 1(0,1 puntos)</p>	<p>Sesión de Presentación de la asignatura</p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Audiencias</p> <p>2.1. Introducción y objetivos</p> <p>2.2. Perfil del consumidor 2.0</p> <p>2.3. Relación entre marcas y nuevos consumidores</p> <p>2.4. Buyer persona</p> <p>2.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 2(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Conceptos básicos de SEO</p> <p>3.1. Introducción y objetivos</p> <p>3.2. Los motores de búsqueda</p> <p>3.3. ¿Qué es el SEO?</p> <p>3.4. Metodología y proceso del SEO</p> <p>3.5. Tipos de SEO</p> <p>3.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 3(0,1 puntos)</p> <p>Actividad 1(1,25 puntos)</p>	<p>Clase del tema 3 (se incluye presentación de actividad 1)</p>
Semana 4	<p>Tema 4. La publicidad digital y sus protagonistas</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Características de la publicidad digital</p> <p>4.3. Composición del sector publicitario digital</p> <p>4.4. Modelos de pago en publicidad online</p> <p>4.5. Formatos publicitarios</p> <p>4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 4(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4</p>
Semana 5	<p>Tema 5. Publicidad en buscadores y Social Media</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Publicidad en buscadores Google Ads</p> <p>5.3. Tipos de anuncios que ofrece Google Ads</p> <p>5.4. Palabras clave en la publicidad de Google</p> <p>5.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 5(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 5</p>

Semana 6	<p>Tema 6. Plan publicitario online</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. Objetivos y segmentación</p> <p>6.3. Elementos del plan publicitario</p> <p>6.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 6(0,1 puntos)</p> <p>Actividad 2 grupal(2 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6 (se incluye presentación de actividad 2 grupal)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p>
Semana 7	<p>Tema 7. Landing Page</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. ¿Qué es y para qué sirve una landing page?</p> <p>7.3. Diseño y optimización de una landing page</p> <p>7.4. Seguridad y confianza</p> <p>7.5. La calidad del lead</p> <p>7.6. Necesidad de test</p> <p>7.7. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 7(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7</p> <p>Sesión de Recomendación de Examen</p>
Semana 8	<p>Tema 8. Campañas de marketing digital</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Marketing relacional</p> <p>8.3. Marketing viral</p> <p>8.4. Marketing móvil</p> <p>8.5. Marketing de guerrilla</p> <p>8.6. Marketing de geolocalización</p> <p>8.7. Marketing en redes sociales</p> <p>8.8. Branded content</p> <p>8.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 8(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 8</p>
Semana 9	<p>Tema 9. Email marketing</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. ¿Qué es el email marketing?</p> <p>9.3. Permission marketing</p> <p>9.4. Cómo realizar una campaña</p> <p>9.5. Métricas de efectividad de email marketing</p> <p>9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 9(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 9</p>
Semana 10	<p>Tema 10. Inbound marketing o marketing de atracción</p> <p>10.1. Definición de inbound marketing</p> <p>10.2. Características del marketing de contenidos</p> <p>10.3. Tipos de contenidos y plataformas de difusión</p>	<p>Actividad 3(1,25 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 10 (se incluye presentación de actividad 3)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 2 grupal</p>

Semana 11	Tema 10. Inbound marketing o marketing de atracción 10.4. Errores más comunes 10.5. Referencias bibliográficas	Test tema 10(0,1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 12	Tema 11. Terminología y métricas relevantes 11.1. Introducción y objetivos 11.2. Medición en marketing digital 11.3. Métricas principales 11.4. Herramientas de medición 11.5. Conversión y ROI 11.6. Referencias bibliográficas	Test tema 11(0,1 puntos)	Clase del tema 11
Semana 13	Tema 12. Plan de marketing digital 12.1. Introducción y objetivos 12.2. Planear el marketing digital		Clase del tema 12 Clase de Resolución de la Actividad 3
Semana 14	Tema 12. Plan de marketing digital 12.3. El plan de marketing digital paso a paso 12.4. Referencias bibliográficas	Test tema 12(0,1 puntos)	Clase del Tema 12
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

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