

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	<p>Tema 1. Introducción al marketing digital</p> <p>1.1. Introducción y objetivos 1.2. Marketing online vs. marketing tradicional 1.3. Ecosistema digital 1.4. La web y sus características 1.5. El uso comercial de la web 1.6. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 2. Audiencias</p> <p>2.1. Introducción y objetivos 2.2. Perfil del consumidor 2.0 2.3. Relación entre marcas y nuevos consumidores 2.4. Buyer persona 2.5. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: Comportamientos de compra de los nuevos usuarios (7,5 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 2 (0,2 puntos)</p>
Semana 2	<p>Tema 3. Conceptos básicos del SEO</p> <p>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</p> <p>Tema 4. La publicidad digital y sus protagonistas</p> <p>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 online 4.5. Formatos publicitarios 4.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Trabajo: Publicidad digital y sus protagonistas (7,5 puntos)</p> <p>Test tema 3 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 4 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 3	<p>Tema 5. Publicidad en buscadores y Social Media</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. Publicidad en buscadores 5.3. Google Ads 5.4. Tipos de anuncios que ofrece Google 5.5. Palabras clave en la publicidad de Google 5.6. Publicidad en redes sociales 5.7. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 6. Plan publicitario online</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Objetivos y segmentación 6.3. Elementos del plan de publicitario 6.4. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 5 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,2 puntos)</p>
Semana 4	<p>Tema 7. Landing Page</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. ¿Qué es y para qué sirve una landing page? 7.3. Diseño y optimización de una landing page 7.4. Seguridad y confianza 7.5. La calidad del lead 7.6. Necesidad de test 7.7. Referencias bibliográficas</p> <p>Tema 8. Campañas de marketing digital</p> <p>8.1. Introducción y objetivos 8.2. Marketing relacional 8.3. Marketing viral 8.4. Marketing móvil 8.5. Marketing de guerrilla 8.6. Marketing de geolocalización 8.7. Marketing en redes sociales 8.8. Branded content 8.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test tema 7 (0,2 puntos)</p> <p>Test tema 8 (0,2 puntos)</p>
Semana 5	<p>Tema 9. Email marketing</p> <p>9.1. Introducción y objetivos 9.2. ¿Qué es el email marketing? 9.3. Permission marketing 9.4. Cómo realizar una campaña 9.5. Métricas de efectividad de email marketing 9.6. Referencias bibliográficas</p>	<p>Foro de debate (2,6 puntos)</p> <p>Test tema 9 (0,2 puntos)</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (20 puntos)
Semana 6	Tema 10. Inbound marketing 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Outbound vs. inbound 10.3. Características del marketing de contenidos 10.4. Tipos de contenidos y plataformas de difusión 10.5. Referencias bibliográficas	Test tema 10 (0,2 puntos)
Semana 7	Tema 11. Métricas relevantes y rendimiento 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 (0,2 puntos)
Semana 8	Tema 12. Plan de marketing digital 12.1. Introducción y objetivos 12.2. Planear el marketing digital 12.3. El plan de marketing digital paso a paso 12.4. Referencias bibliográficas	Test tema 12 (0,2 puntos)
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.