

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. El marketing <i>analytics</i> en la estrategia empresarial actual 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Marketing <i>analytics</i> en las empresas: evolución en el tiempo 1.3. Sistema de información 1.4. Rol y estructura organizativa 1.5. Big data: concepto, tipologías de datos, herramientas y aplicaciones en el marketing de contenidos 1.6. Referencias bibliográficas	Huella UNIR (2,6 puntos) Test Tema 1 (0,1 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Gestión de clientes 2.1. Introducción y objetivos 2.2. <i>Customer centricity</i> : visión cliente vs. visión producto 2.3. El CRM como estrategia de negocio: componentes y objetivos 2.4. Proceso: inteligencia → acción		Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 2. Gestión de clientes (continuación) 2.5. Segmentación estratégica de clientes: ¿qué es y cómo se articula? 2.6. Ciclo de vida del cliente 2.7. <i>Life Time Value</i> (LTV) 2.8. Introducción a los modelos RFM	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 4	Tema 3. Plan de medición 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Plan de medición 3.3. Herramientas <i>site centric</i> (<i>logs vs. tags</i>) 3.4. Sistemas de medición (Medición muestral vs. Medición de panel y sistemas híbridos) 3.5. Medición digital unificada 3.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del Tema 3
Semana 5	Tema 4. Métricas básicas 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Dimensiones y métricas 4.3. Usuarios, navegadores y visitantes 4.4. Visitas o sesiones y páginas vistas 4.5. Duración y tiempo en página 4.6. Porcentaje de rebote	Test Tema 4 (0,1 puntos)	Clase del Tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	Tema 5. Métricas avanzadas 5.1. Introducción y objetivos 5.2. Métricas publicitarias: CTR, modelos de compra y ecpm 5.3. Conversión y ROI 5.4. Métricas aplicadas al comercio electrónico 5.5. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 1 (3 puntos) Test Tema 5 (0,1 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 7	Tema 6. Plataformas comerciales para la medición 6.1. Introducción y objetivos 6.2. Introducción a la analítica digital 6.3. Plataformas disponibles 6.4. Introducción a Google Analytics 6.5. ¿Cómo configurar Google Analytics? 6.6. Los Informes de Google Analytics	Test Tema 6 (0,1 puntos)	Clase del Tema 6
Semana 8	Tema 7. Analítica digital: audiencia, adquisición, comportamiento 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Introducción a los informes de audiencia 7.3. Introducción a los informes de adquisición 7.4. Introducción a los informes de comportamiento	Test Tema 7 (0,1 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 7
Semana 9	Tema 8. Google Analytics 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Objetivos en Google Analytics 8.3. Comercio electrónico 8.4. Embudos multicanal (MCF) 8.5. Modelos de atribución predeterminados 8.6. Modelos de atribución personalizados 8.7. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 2 (3 puntos) Test Tema 8 (0,1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 10	Tema 9. Marketing predictivo 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Modelos predictivos en marketing 9.3. Tipos de modelos en data <i>mining</i> 9.4. Proceso de desarrollo: selección de las variables predictivas 9.5. Modelo supervisado: árboles de decisión 9.6. Referencias bibliográficas	Actividad grupal Lectura individual Test Tema 9 (0,1 punto)	Sesión de recomendación de examen Clase del Tema 9

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 10. Visualización de datos que ayuda al negocio 10.1. Introducción y objetivos 10.2. ¿Qué es un cuadro de mando integral? 10.3. Cómo definir un cuadro de mando integral 10.4. Creación de un <i>dashboard</i> : KPIs y soluciones comerciales		Clase del Tema 10 Clase de Resolución de la Actividad 2
Semana 12		Actividad grupal Coordinación y organización del trabajo en equipo	Presentación de la Actividad Grupal Sesión de simulación
Semana 13	Tema 10. Visualización de datos que ayuda al negocio (continuación) 10.5. ¿Qué es y cómo crear un <i>dashboard</i> ? 10.6. Crear un <i>dashboard</i> con Google Data Studio	Test Tema 10 (0,1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 14		Entrega de Actividad Grupal (5,4 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 15	Clase de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

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