

## 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	<b>Tema 1. Introducción al marketing digital</b> Introducción y objetivos <i>Marketing online vs. marketing tradicional</i> Ecosistema digital La web y sus características El uso comercial de la web Referencias bibliográficas	Test tema 1(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Presentación de la asignatura y clase del tema 1
Semana 2	<b>Tema 2. Audiencias</b> Introducción y objetivos Perfil del consumidor 2.0 Relación entre marcas y nuevos consumidores <i>Buyer persona</i> Referencias bibliográficas	Test tema 2(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019  Trabajo: Comportamientos de compra de los nuevos usuarios(1,05 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 2 y presentación de la actividad «Comportamiento de compra de los nuevos usuarios»
Semana 3	<b>Tema 3. Conceptos básicos de SEO</b> Introducción y objetivos Los motores de búsqueda ¿Qué es el SEO? Metodología y proceso del SEO Tipos de SEO Referencias bibliográficas	Test tema 3(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 3
Semana 4	<b>Tema 4. La publicidad digital y sus protagonistas</b> Introducción y objetivos Características de la publicidad digital Composición del sector publicitario digital		Clase del tema 4  Clase del presentación de la actividad «Publicidad digital y sus protagonistas»
Semana 5	<b>Tema 4. La publicidad digital y sus protagonistas (continuación)</b> Modelos de pago en publicidad <i>online</i> Formatos publicitarios Referencias bibliográficas	Test tema 4(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019  Trabajo: Publicidad digital y sus protagonistas(1,05 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 4  Clase de resolución de la actividad «Comportamientos de compra de los nuevos usuarios»
Semana 6	<b>Tema 5. Publicidad en buscadores y Social Media</b> Introducción y objetivos Publicidad en buscadores Google Ads Tipos de anuncios que ofrece Google Ads Palabras clave en la publicidad de Google Referencias bibliográficas	Test Tema 5(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 5
Semana 7	<b>Tema 6. Plan publicitario online</b> Introducción y objetivos Objetivos y segmentación Elementos del plan publicitario Referencias bibliográficas	Test tema 6(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 6  Clase de resolución de la actividad «La publicidad digital y sus protagonistas»
Semana 8	<b>Tema 7. Landing Pages</b> Introducción y objetivos ¿Qué es y para qué sirve una <i>landing page</i> ? Diseño y optimización de una <i>landing page</i> Seguridad y confianza		Clase del tema 7

<b>Semana 9</b>	<b>Tema 7. Landing Pages (continuación)</b> La calidad del <i>lead</i> Necesidad de test Referencias bibliográficas	Test tema 7(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019  Actividad: Campañas de marketing digital(0,45 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 7
<b>Semana 10</b>	<b>Tema 8. Campañas de marketing digital</b> Introducción y objetivos <i>Marketing</i> relacional <i>Marketing</i> viral <i>Marketing</i> móvil <i>Marketing</i> de guerrilla <i>Marketing</i> de geolocalización <i>Marketing</i> en redes sociales <i>Branded content</i> Referencias bibliográficas	Test tema 8(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 8
<b>Semana 11</b>	<b>Tema 9. Email marketing</b> Introducción y objetivos ¿Qué es el <i>email marketing</i> ? <i>Permission marketing</i> Cómo realizar una campaña Métricas de efectividad de <i>email marketing</i> Referencias bibliográficas	Test tema 9(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 9
<b>Semana 12</b>	<b>Tema 10. Inbound marketing o marketing de atracción</b> Definición de <i>inbound marketing</i> Características del <i>marketing</i> de contenidos Tipos de contenidos y plataformas de difusión Errores más comunes Referencias bibliográficas	Test tema 10(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 10
<b>Semana 13</b>	<b>Tema 11. Terminología y métricas relevantes</b> Terminología básica de la publicidad digital Conversión y ROI Indicadores de rendimiento Referencias bibliográficas	Test tema 11(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019  Actividad: Plan estratégico de marketing digital(0,45 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 11
<b>Semana 14</b>	<b>Tema 12. Plan estratégico de marketing digital</b> Fase de estudio Fase de planificación Fase de implementación Fase de análisis (analítica web) Herramientas de medición de audiencias (Google Analytics) Referencias bibliográficas	Test tema 12(0,1 puntos) Fecha de entrega: 09/10/2019	Clase del tema 12
<b>Semana 15</b>	Semana de repaso		
<b>Semana 16</b>	Semana de examen		