

Programación semanal

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

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
Semana 1	BLOQUE 1. Elaboración de canvas de negocio y análisis de la situación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Entrelazar los procesos online y offline de una estrategia de marketing. ▶ Crear las fases de un plan de marketing digital teniendo en cuenta sus características. 	Tema 1: Introducción al Marketing Digital	Presentación de asignatura: 45 minutos Clase 1: 45 min Problema: ¿Cómo identificar las diferencias entre marketing estratégico y operativo de un proyecto? ¿Qué utilidad tiene un plan de marketing digital para una empresa real?	Test del tema 1 (0,1 puntos)	Actividad del proyecto de marketing digital: Diseñar un Plan de Marketing Digital para la Agencia TOP ROI	Desarrolla la competencia de pensamiento crítico. Huella UNIR. Fecha entrega: fin de la asignatura. (0,8 puntos)	

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
Semana 2		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar un CANVAS de modelo de negocio a través de 8 pasos claros. 	Tema 2: Modelos de negocio en la economía digital	Clase 2: 45 min Problema: ¿Cómo desarrollar el business model canvas de una empresa real teniendo en cuenta diferentes casos de éxito de modelos digitales? Presentación de actividad 1: 30 minutos Problema: ¿Existe algún modelo de negocio digital que pudiera tener sentido incorporar a la estrategia de la empresa Lenda y que fuera complementario al actual modelo de ecommerce en el que basan su negocio y el modelo de marketplace en el que se apoyan?	Actividad 1 Test del tema 2 (0,1 puntos)			Diseño business model canvas para la empresa Lenda
Semana 3		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aplicar las principales metodologías en investigación comercial. ▶ Configurar un Sistema de Información de Marketing (SIM) para una empresa. 	Tema 3: Investigación en marketing	Clase 3: 75 min Problema: ¿Los Sistemas de Información de Marketing (SIM) son exclusivos de las grandes empresas? ¿Cómo evitar los principales errores?	Test del tema 3 (0,1 puntos)			

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 4		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar un análisis interno y externo de una empresa digital. ▶ Elaborar un análisis de la situación mediante una matriz DAFO y un CAME ▶ Elaborar un benchmarking apoyándote en herramientas como SemRush, SimilarWeb o Unersuggest. 	Tema 4: Plan de marketing digital. Fase 1: Análisis de la situación	Clase 4: 75 min Problema: ¿Cómo justificar las estrategias y tácticas a seguir en un Plan de Marketing Digital de una empresa utilizando una matriz DAFO y un CAME? ¿Cómo incluir un PESTEL, 5 Fuerzas de Porter, cuadrante Mágico de Gartner o análisis de competidores de Kotler en una análisis de la situación?	Test del tema 4 (0,1 puntos) Entrega de Actividad 1 (4 puntos)			Experiencia en Semrush, SimilarWeb o Unersuggest
Semana 5		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Diseñar un buyer persona y un mapa de empatía para definir el público objetivo de un proyecto ▶ Crear un lienzo de la propuesta de valor para un producto y un tipo de cliente concretos 	Tema 5: Plan de marketing digital. Fase 2: Definición del público objetivo	Clase 5: 75 min Problema: ¿Cómo identificar las etapas del viaje del cliente de un proyecto y realizar un mapeo del recorrido del consumidor?	Test del tema 5 (0,1 puntos)			

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 6	BLOQUE 2. Definición de buyer persona, objetivos y KPIs del plan	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Definir los objetivos de marketing de un proyecto digital ▶ Elaborar las diferentes etapas del funnel (TOFU, MOFU y BOFU) con ejemplos de micro y macroconversiones. ▶ Calcular el CLV y CAC en un proyecto de marketing digital ▶ Realizar un análisis externo e interno y un diagnóstico de la situación para justificar la estrategia digital de una empresa. ▶ Detectar errores y optimizar el Business Model Canvas de la empresa Lenda. 	Tema 6: Plan de marketing digital. Fase 3: Fijación de objetivos y KPIs	<p>Clase 6: 35 min</p> <p>Problema: ¿Cómo adaptamos los objetivos de marketing de un negocio para que cumplan los requisitos de la regla SMART?</p> <p>Presentación de la Actividad 2: 10 min</p> <p>Problema: ¿Cómo justificar la estrategia digital que debe seguir la empresa Lenda a través de un análisis de la situación?</p> <p>Resolución de la Actividad 1: 45 min</p>	Actividad 2	Test del tema 6 (0,1 puntos)		Estrategia digital y análisis de la situación para la empresa Lenda

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
Semana 7		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Utilizar el modelo SOSTAC para definir estrategias de marketing digital ▶ Utilizar el reloj estratégico de Bowman para identificar 8 posibles estrategias para una marca. 	Tema 7: Plan de marketing digital. Fase 4: Selección de estrategias (I)	Clase 7: 75 min Problema: ¿Cuál sería el mejor discurso narrativo y la personalidad digital idónea para una empresa siguiendo los arquetipos de Jung ?	Test del tema 7 (0,1 puntos)			
Semana 8		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clasificar los medios digitales de una estrategia digital en propios, pagados y ganados 	Tema 8: Plan de marketing digital. Fase 4: Selección de estrategias (II)	Clase 8: 75 min Problema: ¿Cuáles son los medios pagados, ganados y propios de la empresa ComeFruta.es?	Test del tema 8 (0,1 puntos) Entrega de Actividad 2 (4 puntos)			
Semana 9	BLOQUE 3. Selección de estrategias y tácticas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar una previsión de ventas y un presupuesto para una empresa digital. 	Tema 9: Plan de marketing digital. Fase 4: Selección de estrategias (III)	Clase 9: 45 min Problema: ¿Cómo identificamos las principales partidas de gastos, los RRHH y los perfiles necesarios para poner en marcha una empresa digital? Sesión recomendación de examen: 45 min	Test del tema 9 (0,1 puntos)			

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
Semana 10		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Elaborar las diferentes tácticas/acciones que existen en marketing digital para pymes y grandes empresas. ▶ Detectar errores y optimizar el análisis inicial de un plan de marketing digital 	<p>Tema 10:</p> <p>Plan de marketing digital. Fase 5: Desarrollo de tácticas</p>	<p>Clase 10: 45 min</p> <p>Problema: ¿Cómo identificar las 4C's y las 7 P's de una empresa real?</p> <p>Sesión resolución de la actividad 2: 45 min</p>	<p>Test del tema 10 (0,1 puntos)</p>			

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	Experiencias en mi Portfolio
Semana 11		<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de marketing digital que contenga sus seis fases principales: análisis de la situación y competencia, público objetivo, objetivos, estrategias y canales, desarrollo de tácticas y monitorización mediante KPI's de negocio. 		<p>Clase 11: 90 min</p> <p>Presentación de la Actividad 3</p> <p>Problema: ¿Cómo diseñar el plan de marketing digital para una empresa que tiene un presupuesto para marketing digital de 100.000 € para el próximo año?</p>		<p>Actividad 3 del proyecto de marketing digital: Diseñar un Plan de Marketing Digital para la Agencia TOP ROI</p>		<p>Diseño de un Plan de Marketing Digital para la empresa Top Talent Executive Search</p>
Semana 12	BLOQUE 4. Monitorización y reporte	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de acción y una hoja de ruta para calendarizar las acciones digitales Identificar los OKR's y KPI's de un proyecto 	<p>Tema 11:</p> <p>Plan de marketing digital. Fase 6: monitorización y reporte</p>	<p>Clase 12: 75 min</p> <p>Problema: ¿Cómo elaborar un plan de contingencia en función de los OKR's y KPI's de un proyecto?</p>	<p>Test del tema 11 (0,1 puntos)</p>			

	Ruta de aprendizaje	Qué vamos a aprender a hacer	Ideas clave	Resolución de problemas en las clases en directo	Cómo me van a evaluar esta asignatura			Experiencias en mi Portfolio
					Actividades	Proyecto de marketing digital	Plan de Desarrollo Personal	
Semana 13		<ul style="list-style-type: none"> Optimizar, detectar errores y mejorar un plan de marketing digital 		Clase 13: 90 min Sesión resolución de la Actividad 3	Entrega de Actividad 3 (5 puntos)			Experiencia en herramientas como Google Trends , Google PageSpeed , Woorank o Semrush para la elaboración de un plan de marketing digital
Semana 14		<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de marketing digital completo y profesional 	Tema 12: Aplicación práctica del plan de marketing digital	Clase 14: 75 min Problema: ¿Cómo aplicar buenas prácticas a un plan de marketing digital?	Test del tema 12 (0,1 puntos)			
Semana 15				Clase 15: 75 min Clase de repaso				
Semana 16	Semana de exámenes							

NOTA

Se consideran **período de repaso** los días comprendidos entre el 25 de diciembre de 2023 y el 7 enero de 2024.

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