

Programación semanal

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

	Temas	Actividades (7 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1. Una mirada al pasado y los nuevos modelos económicos 1.1. Presentación 1.2. El entorno digital de los negocios 1.3. La ley de Moore	Investigación: CANVAS de modelo de negocio Osterwalder (1,5 puntos)
Semana 3	Tema 1. Una mirada al pasado y los nuevos modelos económicos (continuación) 1.4. Informe <i>Nora Minc</i> : telemática 1.5. La economía <i>Long Tail</i> 1.6. La economía <i>Wiki</i> 1.7. Tendencias y nuevos modelos de negocio	
Semana 4	Tema 2. Evolución del <i>marketing</i> en el nuevo entorno digital 2.1. Presentación 2.2. Evolución del <i>marketing</i> (pasado y futuro) 2.3. Factores que influyen en el nuevo <i>marketing</i>	
Semana 5	Tema 2. Evolución del <i>marketing</i> en el nuevo entorno digital (continuación) 2.4. Evolución del <i>marketing</i> frente a la evolución social 2.5. Principios constantes del <i>marketing</i> 2.6. Tendencias y retos del <i>marketing</i>	
Semana 6	Tema 2. Evolución del <i>marketing</i> en el nuevo entorno digital (continuación) 2.7. Estrategias del nuevo <i>marketing</i> : concentración, posicionamiento y diferenciación. 2.8. Segmentación en el nuevo <i>marketing</i> 2.9. Diferenciación e innovación. 2.10. Los diez pecados mortales del nuevo <i>marketing</i>	
Semana 7	Tema 3. Comercio electrónico y desarrollo de negocio <i>online</i> 3.1. Presentación 3.2. El entorno <i>online</i> como soporte de negocio o como base del mismo 3.3. Modelos de desarrollo de negocio <i>online</i> 3.4. Elementos clave en la ejecución de un Proyecto <i>e-commerce</i> desde la óptica del <i>marketing</i> : imagen, usabilidad y servicio 3.5. Detalles técnicos y su influencia en el desarrollo de negocio	Manual: Producto digital (2 puntos)
Semana 8	Semana de repaso	

Semana 9	<p>Tema 4. Herramientas de <i>marketing</i> digital</p> <p>4.1. Presentación 4.2. ¿Cómo hacer campañas eficaces? 4.3. La importancia de un buen desarrollo web</p>	<p>Foro: Las redes sociales como herramienta principal para el marketing digital (1 puntos)</p>
Semana 10	<p>Tema 4. Herramientas de <i>marketing</i> digital (continuación)</p> <p>4.4. Buscadores. Cómo planificar campañas eficaces. SEO y SEM 4.5. <i>Marketing</i> viral 4.6. <i>Email marketing</i></p>	
Semana 11	<p>Tema 4. Herramientas de <i>marketing</i> digital (continuación)</p> <p>4.7. <i>Marketing</i> en redes sociales. SMO 4.8. Publicidad <i>online</i>: <i>affiliate marketing</i></p>	
Semana 12	<p>Tema 4. Herramientas de <i>marketing</i> digital (continuación)</p> <p>4.9. <i>Advergaming</i> y <i>marketing</i> dinámico 4.10. Integración de estrategias <i>online</i> y <i>offline</i> 4.11. Conclusiones generales</p>	
Semana 13	<p>Tema 5. <i>Mobile marketing</i></p> <p>5.1. Presentación 5.2. Origen y evolución del <i>marketing</i> en dispositivos móviles 5.3. Definición y características del <i>mobile marketing</i></p>	
Semana 14	<p>Tema 5. <i>Mobile marketing</i> (continuación)</p> <p>5.4. Formatos y contenidos 5.5. Otros sistemas de interacción 5.6. Las Apps móviles como instrumento de fidelización</p>	
Semana 15	<p>Tema 6. El plan de <i>marketing online</i>. Introducción caso práctico</p> <p>6.1. Presentación 6.2. El plan de marketing online 6.3. Fases para la elaboración de un plan de marketing online 6.4. Las 4 Fs de Paul Fleming 6.5. Productos, precios y marca en el entorno digital 6.6. Análisis del retorno de las acciones de marketing online, ROI</p>	<p>Plan: Marketing digital (2,5 puntos)</p>
Semana 16	Semana de repaso	
Semana 17	Semana de exámenes	