

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 (7 puntos)
Semana 1	Semana de introducción a la asignatura	
Semana 2	Tema 1. Introducción al marketing en Internet 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. El marketing <i>online</i> : diferencias frente al marketing tradicional 1.3. El perfil del internauta 1.4. Características de la web 1.5. Tipos de contenido de la web 1.6. El uso comercial de la web	
Semana 3	Tema 2. E-mail marketing 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Qué es el <i>e-mail</i> marketing 2.3. El <i>permission</i> marketing 2.4. Necesidades para una campaña de <i>e-mail</i> marketing 2.5. Estrategias 2.6. Otras consideraciones	Mapa conceptual. Marketing, Internet e <i>e-mail</i> marketing (1 punto)
Semana 4	Tema 3. Optimización de motores de búsqueda (SEO) 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. SEO: <i>Search Engine Optimizacion</i> 3.3. Buscadores: historia y evolución 3.4. Evolución del algoritmo de Google 3.5. Google, negocio y SEO	
Semana 5	Tema 3. Optimización de motores de búsqueda (SEO) (continuación) 3.6. Tipos de SEO 3.7. Herramientas de posicionamiento orgánico 3.8. Medición de resultados y KPI's	
Semana 6	Tema 4. Posicionamiento en motores de búsqueda (SEM) 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. SEM: <i>Search Engine Marketing</i> 4.3. Conceptos básicos de Google AdWords 4.4. Dónde puedo hacer campaña desde Google Adwords 4.5. Qué formatos de anuncio puedo gestionar con AdWords 4.6. Formatos de anuncio de texto 4.7. Formatos de anuncio de imagen estático 4.8. Formatos de anuncio de vídeo 4.9. Formatos de anuncio para móviles 4.10. Política Google: relevancia y claridad	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (7 puntos)
Semana 7	Tema 5. Palabras clave 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Funcionamiento de las palabras clave 5.3. Concordancia de las palabras clave 5.4. Coincidencia entre las palabras clave y los términos de búsqueda 5.5. Ubicaciones y palabras clave 5.6. Crear lista de palabras clave efectiva 5.7. Planificador de palabras clave	Foro. Posicionamiento orgánico vs. posicionamiento pagado (2 puntos)
Semana 8	Semana de repaso	
Semana 9	Tema 6. Publicidad online 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Características de la publicidad <i>online</i> 6.3. Dimensión del mercado publicitario <i>online</i> 6.4. Perfil del consumidor <i>online</i> 6.5. Composición del sector publicitario online 6.6. Reglas del marketing <i>online</i> 6.7. Terminología de la publicidad <i>online</i> 6.8. Segmentación publicitaria 6.9. Conversión y ROI	Reporte de lectura. La publicidad <i>online</i> (1 punto)
Semana 10	Tema 7. Estrategias, tácticas y herramientas de publicidad online 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. ¿Qué es y para qué sirve una <i>landing page</i> ? 7.3. Diseño y optimización de una <i>landing page</i> 7.4. Seguridad y confianza 7.5. La calidad del <i>lead</i> 7.6. Necesidad de test 7.7. Formatos publicitarios 7.8. Mobile marketing 7.9. Geolocalización 7.10. Características del marketing de contenidos 7.11. Tipos de contenidos y plataformas de difusión 7.12. Errores más comunes	
Semana 11	Tema 8. Plan publicitario para campaña de marketing digital 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Objetivos y segmentación 8.3. Canales 8.4. Elementos del plan publicitario 8.5. Planificación de una campaña 8.6. Fuentes y herramientas útiles	Trabajo: Diseño de estrategias de marketing digital para plan de marketing (3 puntos)
Semana 12	Tema 9. Métricas para campañas de marketing digital 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Introducción 9.3. Dimensiones y métricas 9.4. Métricas básicas 9.5. Métricas personalizadas 9.6. Indicadores de rendimiento	

CONTENIDO TEÓRICO		ACTIVIDADES (7 puntos)
Semana 13	Semana de repaso	
Semana 14	Tema 10. Branding en el marketing digital 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Estrategia de comunicación para generar posicionamiento 10.3. Uso de herramientas de publicidad online para <i>branding</i>	
Semana 15	Tema 10. Branding en el marketing digital (continuación) 10.4. Uso de social media para generar <i>branding</i> 10.5. Plan de <i>branding</i> para una campaña de marketing digital 10.6. Referencias bibliográficas	
Semana 16	Semana de repaso	
Semana 17	Examen final	

NOTA

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