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 (10 puntos)
Semana 1	**Semana de introducción a la asignatura**	
Semana 2	**Tema 1. La web 2.0 y el social media** 1.1. ¿cómo estudiar este tema? 1.2. Características de la web 2.0 1.3. Clasificación del social media	Actividad: Desarrollo de un plan estratégico de social media y marketing digital (4,2 puntos)
Semana 3	**Tema 1. La web 2.0 y el social media (continuación)** 1.4. Las redes sociales en el social media 1.5. Redes sociales: clasificación y su uso	
Semana 4	**Tema 1. La web 2.0 y el social media (continuación)** 1.6. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación 1.7. Referencias bibliográficas	Mapa conceptual: Redes sociales, clasificación y su uso (1,5 puntos)
Semana 5	**Tema 2. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación** 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Uso específico para redes sociales en una campaña de marketing digital	
Semana 6	**Tema 2. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación (continuación)** 2.3. Blogging y microblogging 2.4. Wikis	
Semana 7	**Tema 2. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación (continuación)** 2.5. Multimedia en redes sociales	
Semana 8	**Semana de repaso**	
Semana 9	**Tema 2. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación (continuación)** 2.6. Redes sociales verticales 2.7. Sindicación de contenidos	
Semana 10	**Tema 2. Redes sociales como estrategia de marketing y comunicación (continuación)** 2.8. *Software* para administrar redes sociales 2.9. Métricas y resultados	Reporte de lectura: Planeación de plataforma de venta: Estructura y mapa de navegación (1,5 puntos)

© Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)

Semana 11	**Tema 3. El gestor de social media** 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Características del community manager 3.3. Funciones del community manager	
Semana 12	**Tema 3. El gestor de social media (continuación)** 3.4 Diferencias entre community manager, social media manager y social media strategist	Foro: Social media (2,8 puntos)
Semana 13	**Tema 4. Resultado del social media en el marketing** 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Plan de social media en el plan de marketing 4.3. Participación de mercado, posicionamiento digital y viralidad	
Semana 14	**Tema 4. Resultado del social media en el marketing (continuación)** 4.4. Reputación on-line: gestión y monitoreo 4.5. Ingresos por medio del social media en marketing	
Semana 15	**Tema 4. Resultado del social media en el marketing (continuación)** 4.6 Herramientas digitales para generar ingresos con publicidad *online*	
Semana 16	**Tema 4. Resultado del social media en el marketing** 4.7. Métricas y resultados	
Semana 17	**Examen final**	

NOTA

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

© Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)