

## GUÍA DOCENTE – CURSO 2020-2021

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Marketing Digital y Medios Interactivos
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Obligatoria
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Cuarto
<b>SEMESTRE:</b>	Primero
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Castellano
<b>PROFESORADO:</b>	Néstor González
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	<a href="mailto:nestor.gonzalez@uneatlantico.es">nestor.gonzalez@uneatlantico.es</a>

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>
No aplica.
<b>CONTENIDOS:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tema 0. Introducción al Marketing: Organización del campo para su aplicación en la red             <ul style="list-style-type: none"> <li>0.1 Definiciones y Evolución del Marketing</li> <li>0.2 Partes de un plan de marketing</li> <li>0.3 Publicidad en la Red. Promoción en la red. Sitios web.</li> <li>0.4 Blended Marketing</li> <li>0.5 Plan de marketing empresa off-line/on line</li> </ul> </li> </ul>

- 0.6 Outbound marketing vs. Inbound marketing
- 0.7 Comunidades online & engagement
- 0.8 Web 360°
- Tema 1. Introducción al comercio electrónico
  - 1.1 Modelos de negocio en Internet y objetivos
  - 1.2 Planificar para evitar los pecados del marketing
  - 1.3 Análisis de la rentabilidad (ROI) en un proyecto digital.
- Tema 2 Técnicas de marketing: Atraer
  - 2.1 Estrategias de Marketing en Contenidos
  - 2.2 Curación de contenidos
  - 2.3 Redacción online
  - 2.4 Posicionamiento en Buscadores (SEO)
  - 2.5 Herramientas para la gestión de contenidos
  - 2.6 KPI's para marketing de contenidos
- Tema 3 Técnicas de marketing: Atraer II Social Media
  - 3.1 Objetivos de estar en medios sociales
  - 3.2 El perfil y las funciones del Community Manager
  - 3.3 Redes sociales y su uso estratégico
  - 3.4 Gestión y reputación digital
  - 3.5 Estrategias en redes sociales
- Tema 4 Google AdWords
  - 4.1 Introducción a Google AdWords
  - 4.2 Estrategias y objetivos publicitarios
  - 4.3 Creación de una campaña en Google AdWords
  - 4.4 Nivel de calidad (Quality Score)
  - 4.5 Planificador para palabras clave
  - 4.6 Reportes y estadísticas
- Tema 5 Técnicas de marketing: Convertir
  - 5.1 WordPress: el rey de la web
  - 5.2 Gestión de un proyecto web
  - 5.3 Navegación e interfaz. User-centered design
  - 5.4 Landing page, Microsite y Web corporativa
  - 5.5 Blog: elemento indispensable de una campaña de marketing online
- Tema 6 Técnicas de marketing: Retener/Fidelizar
  - 6.1 CRM: Customer Relationship Management
  - 6.2 E- Marketing (antecedentes, ejemplos, eMarketplace)
  - 6.3 Campañas de email marketing: finalidad y fidelización.

#### 6.4 Legalidad en email marketing

- Tema 7 Técnicas de marketing: Medir/Analizar

7.1 Introducción: ¿Qué es Google Analytics?

7.2 Empezar con Google Analytics: Captar datos

7.3 Conversiones sociales de contribución y de última interacción

7.4 Informes de conversiones

7.5 El embudo de conversión

- Tema 8 Marketing de afiliación

8.1 Funcionamiento del marketing de afiliación

8.2 Estrategia. Plan de marketing de afiliación

8.3 Claves de éxito de un programa de afiliación

8.4 Redes de afiliación

8.5 Casos prácticos de análisis de campañas

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 - Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2 - Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3 - Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. - Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE9. - Dominar los conocimientos específicos y procesos del marketing digital.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Dominar conceptos y fundamentos para la aplicación de estrategias de marketing digital.
- Conocer sobre el diseño, desarrollo de estrategias y uso de técnicas de marketing en la red.
- Analizar las posibilidades del marketing en el contexto internacional y el mundo globalizado.

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
	Seminarios y talleres
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
	Tutorías (individual / en grupo)
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo individual en campus virtual

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Cinco actividades individuales/grupales relacionadas con el marketing de afiliación en entornos online y tres actividades prácticas relacionadas con estrategias y herramientas de marketing digital.	20%
	Examen parcial	25%
	Interés y participación del alumno en la asignatura	5%
Evaluación final	Examen teórico-práctico	50%

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Rojas Aguado, P.y Redondo Rodríguez, M. (2017). *Cómo monetizar las redes sociales*. LID Editorial Empresarial, S.L.
- Diaz Aroca, E. y Martínez Calduch, D. (2017). *Social Selling. La nueva herramienta para vender más*. Altom Service SA
- Maciá Domene, F. (2015). *SEO. Técnicas avanzadas*. Anaya
- Holiday, R. (2014). *Growth Hacker Marketing: El futuro del Social Media y la Publicidad*. Anaya

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Kaushik Avinash (2011). *Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente*. Gestión 2000
- Blanco, C. (2016). *Objetivo: Influencer*. Arcopress Ediciones

- Sanagustín, E. (2016). *Estrategia de contenidos: Técnicas para que tu empresa crezca*. Amazon Media EU S.à r.l.
- Salmon, C. (2016). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Ediciones Península

#### WEBS DE REFERENCIA:

Cursos gratuitos de Google para que te conviertas en un experto en tecnología digital ([www.learnigital.withgoogle.com](http://www.learnigital.withgoogle.com)).

Asociación Española de la Economía Digital ([www.adigital.org](http://www.adigital.org))

El ranking de los 30 mejores blogs de marketing digital en español (<https://marketing4ecommerce.net/mejores-blogs-de-marketing-digital-espanol/>)

HubSpot es un desarrollador y comercializador de productos de software basado en Cambridge Massachussets que ofrece una suite completa de herramientas de marketing, ventas y atención al cliente para empresas de todo tamaño. (<https://www.hubspot.com/>)

Descubre los mejores recursos y estrategias para vender en piloto automático. (<https://vilmanunez.com/blog/>)

Centro de recursos sobre contenidos: guías, plantillas y tutoriales sobre content marketing, content strategy, content curation, copywriting... (<http://www.evasanagustin.com/>)

Cursos de marketing online, desarrollo web y todo lo que necesitas para crear tu negocio online a través de videotutoriales guiados a tiempo real. (<https://boluda.com/podcast/>)

El SEO basado en experimentos y no en teoría (<http://luismvillanueva.com/>)

#### OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

Cerezo, Javier (2012) Publicidad en la era digital [Archivo PDF].  
<http://www.publiteca.es/2012/02/la-publicidad-en-la-era-digital.html>

Foxize School (2018). El director de Marketing del futuro [Archivo PDF].  
<https://www.foxize.com/blog/nuevo-ebook-gratuito-el-director-de-marketing-del-futuro/>

Google Insights. Comprende cómo los cambios en el comportamiento, en las necesidades y en las creencias de los consumidores pueden inspirar poderosos insights para impulsar tu negocio.  
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/insights/>

Martín-Avila, Toni y López-Chicheri, Jaime (2017) El nuevo manifiesto de la web 2.0 [Archivo PDF].  
[http://www.box.net/index.php?rm=box\\_download\\_shared\\_file&file\\_id=f\\_485581548&shared\\_name=r mukcepucy](http://www.box.net/index.php?rm=box_download_shared_file&file_id=f_485581548&shared_name=r mukcepucy)



Merodio, Juan (2019) Marketing en redes sociales [Archivo PDF].  
<https://www.bubok.es/libros/191596/Marketing-en-Redes-Sociales-Mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva>

Polo, Juan (2009) Twitter para quien no usa Twitter [Archivo PDF].  
[http://www.box.net/index.php?rm=box\\_download\\_shared\\_file&file\\_id=f\\_486788186&shared\\_name=larmq09t6l](http://www.box.net/index.php?rm=box_download_shared_file&file_id=f_486788186&shared_name=larmq09t6l)