



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

## **GUÍA DOCENTE**

**Comunicación 2.0  
Blogs / Páginas Web**

**MÁSTER EN MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>DATOS DEL PROFESORADO</b> .....	3
<b>PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA</b> .....	3
<b>OBJETIVOS DE LA SESIÓN</b> .....	3
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> .....	4
<b>CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA</b> .....	4
<b>METODOLOGÍA</b> .....	5
<b>EVALUACIÓN</b> .....	6
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	6

## RESUMEN

---

<b>Centro</b>	Facultad de Comunicación		
<b>Titulación</b>	Máster en Marketing, Publicidad y Comunicación		
<b>Asignatura</b>	Comunicación Digital. Webs y Blogs	<b>Código</b>	F1P1P03019
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2021-2022		

## DATOS DEL PROFESORADO

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	Esther Pérez Verdú
<b>Correo electrónico</b>	esther.perez@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828 019 019

<b>Responsable de Asignatura</b>	Davinia Suárez Rodríguez
<b>Correo electrónico</b>	davinia.suarez@pdi.atlanticomedio.es
<b>Teléfono</b>	828 019 019

## PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

---

Debido al constante crecimiento de la web y al creciente número de personas conectados a la red, estar presentes en internet se ha convertido en una necesidad para la mayoría de las empresas.

En la asignatura Comunicación Digital: Webs y Blogs se pretende abordar la comunicación digital desde la base. Para ello, se estudiará el concepto de Medios Propios en un Plan de Comunicación Digital y se hará hincapié en la selección de soportes web para cada campaña o tipo de negocio.

El propósito de la asignatura es que el alumno adquiera conocimientos básicos sobre diseño y estructura web y cómo y por qué incluir este soporte en un plan de comunicación digital, abordando también el trabajo de creación de contenidos para internet, especialmente para los blogs y canales de vídeo, tanto desde el punto de vista técnico como de contenido digital.

La asignatura aborda, desde una perspectiva teórico-práctica, la instalación y edición en plataformas de gestión de contenidos (CMS); a través de una de las más usadas, WordPress, se desarrollarán distintas páginas web con objeto de que los alumnos aprendan a estructurar, editar, etiquetar, publicar y mantener de manera online un sitio web. Los estudiantes comprenderán así los distintos aspectos necesarios de una web, bien sea para proyectos personales como empresariales.

## OBJETIVOS DE LA SESIÓN

---

### Objetivo 1

Conocer y comprender los conceptos básicos del soporte web, los blogs y el marketing de contenidos, y su vinculación con las estrategias de marketing globales de la empresa.

### Objetivo 2

Ser capaces de tomar decisiones para un proyecto web, teniendo en cuenta lo aprendido en la asignatura y los objetivos del proyecto, para obtener los mejores resultados.

### Objetivo 3

Aprender cómo funciona un sistema de gestión de contenidos (CMS): WordPress

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

- Al finalizar esta asignatura, el alumnado será capaz de:
  - Planificar estrategias basadas en la web 2.0 para potenciar un producto o servicio en el entorno online, sabiendo elegir las mejores herramientas para lograr el objetivo.
  - Identificar la variedad de diseños de websites posibles, así como las tendencias actuales.
  - Valorar la eficacia de un proyecto web, así como formular soluciones óptimas para mejorar el rendimiento de un proyecto en marcha.
  - Gestionar de forma eficaz un proyecto web basado en una plataforma de blogging, conociendo todos los aspectos claves y necesarios para llevarlo a cabo.
  - Diseñar, configurar y gestionar webs en base a la plataforma de gestión de contenidos (CMS) de WordPress, para su adecuación para los distintos modelos de negocio y/o estrategias de comunicación de una marca.
  - Profundizar en el uso del blog corporativo como una herramienta de máxima importancia dentro de nuestro plan estratégico de contenidos.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

### Bloque 1: El Soporte Web. Fundamentos

- 1.1. Owned Media: Soporte Web. Descripción y entorno
- 1.2. Evolución de la web: de la web 1.0 a la web 4.0

### Bloque II: La web. Diseño y puesta en marcha

- 2.1. Tipos de página web según la estrategia de negocio
  - a. Web Personal: branding
  - b. Web Corporativa: branding
  - c. Web Transaccional: E-commerce
  - d. Microsites o landing pages: marketing directo

- 2.2. Arquitectura de contenidos
- 2.3. Usabilidad
- 2.4. Introducción al Diseño web

### **Bloque III: Introducción al Marketing de Contenidos**

- 3.1. Qué es el Content Marketing
- 3.2. Publicidad Tradicional vs. Content Marketing
- 3.3. Beneficios del marketing de contenidos
- 3.4. Tipos de contenidos, según su formato
  - a. Contenido escrito y descargables
  - b. Contenido visual
  - c. Contenido en audio
  - d. Contenido generado por los usuarios

### **Bloque IV: Blogs**

- 4.1. Definición, características y plataformas de blogs
- 4.2. Web vs Blogs
- 4.3. Beneficios de crear un blog
- 4.4. Videoblogs y canales de vídeo

**Práctica:** Creación de un blog o web con WordPress

## **METODOLOGÍA**

---

- **Actividad presencial:** Se imparte sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del docente, así como el análisis de supuestos, ejemplificación, estudio de casos y vídeos y debate. De los alumnos se espera que participen activamente y realicen los casos prácticos desarrollados durante la sesión.
- **Actividad dirigida:** El alumno realizará una actividad práctica en grupo en la que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura a través de una serie de actividades dirigidas en un sitio web. El docente proporcionará la plataforma tecnológica necesaria en la que podrán desarrollar los ejercicios y demostrar su aprendizaje.

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

La evaluación será de 0 a 10, siguiendo el sistema español en cada uno de los ítems a calificar. La evaluación de la asignatura se realizará en función de asistencia y la participación durante la asignatura, así como en los proyectos / trabajos en grupo que se plantearán como ejercicios prácticos de esta asignatura.

	% CALIFICACIÓN FINAL
Trabajo previo, asistencia, participación, implicación y actitud en clase	30 %
Trabajo posterior	70 %

### Descripción del trabajo previo:

Para la sesión, recomendamos que el alumno navegue por diferentes páginas webs y blogs existentes en la actualidad. Debe escoger una web y/o un blog que le parezca interesante y defender en clase por qué le ha llamado más la atención.

### Descripción del trabajo posterior:

El alumno realizará una práctica de trabajo de creación de blogs con WordPress, aprenderá sus funcionalidades principales y a navegar por las diferentes secciones de su gestor de contenidos.

El alumno aplicará lo aprendido en clase en una práctica con WordPress que se realizará en grupo. Para ello se apoyará en los conocimientos adquiridos en la asignatura, la bibliografía y las plataformas webs facilitadas por el docente para el desarrollo de las actividades.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- SÁNCHEZ, Y. y TELLADO, F. (2014). WordPress 4.0. La tela de la araña. Anaya Multimedia
- FRANCO, G. Cómo escribir para la web. Disponible en: <https://concienciaperiodistica.files.wordpress.com/2016/06/como-escribir-para-la-web-guillermo-franco.pdf>

### Blogs Recomendados

- TELLADO, F. Ayuda WordPress. Disponible en: <https://ayudawp.com/>
- LÓPEZ, B. Ciudadano 2.0. Disponible en: <https://www.ciudadano2cero.com/>
- HUBSPOT BLOG. Website. Disponible en: <https://blog.hubspot.com/website>
- ALEXA BLOG. Content Marketing. Disponible en: <https://blog.alexacom/>