



UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO

**GUÍA DOCENTE**

**Marketing Digital II**

TÍTULO UNIVERSITARIO SUPERIOR  
MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES  
MODALIDAD PRESENCIAL

**CURSO ACADÉMICO 2021-2022**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>3</b>
<b>DATOS DEL PROFESORADO .....</b>	<b>3</b>
<b>REQUISITOS PREVIOS .....</b>	<b>3</b>
<b>COMPETENCIAS .....</b>	<b>4</b>
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....</b>	<b>4</b>
<b>CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA .....</b>	<b>4</b>
<b>ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA .....</b>	<b>6</b>
<b>ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL.....</b>	<b>8</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>10</b>

## RESUMEN

<b>Centro</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
<b>Titulación</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
<b>Asignatura</b>	Marketing Digital II	<b>Código</b>	F1C1P04009
<b>Carácter</b>	Obligatorio		
<b>Curso</b>	3º		
<b>Semestre</b>	1º		
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2021-2022		

## DATOS DEL PROFESORADO

<b>Responsable de Asignatura</b>	Javier Morales Martín
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:javier.morales@pdi.atlanticomedio.es">javier.morales@pdi.atlanticomedio.es</a>
<b>Teléfono</b>	828.019.019
<b>Tutorías</b>	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

## COMPETENCIAS

---

### - Básicas

- Que los estudiantes posean los conocimientos necesarios para seguir desarrollando una educación posterior.
- Que los estudiantes tengan la capacidad teórica y práctica de enfrentarse a un problema real.

### Específicas

- Conocer el contexto actual del marketing digital.
- Conocer las principales herramientas para el desarrollo de un plan de marketing digital.
- Aplicar las técnicas y herramientas necesarias para la implantación de un plan de marketing digital.
- Obtener los conocimientos teóricos y prácticos para enfrentarse a las necesidades reales de una empresa.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Conocer las tendencias y herramientas del marketing digital.
- Analizar las necesidades de una empresa en el entorno digital del marketing.
- Planificar, desarrollar y analizar las diferentes etapas de un plan de marketing digital.
- Analizar e identificar el público objetivo de una marca y las herramientas necesarias para ello.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

### Contenidos de la asignatura:

#### **Tema 1: Introducción al marketing digital**

- Del marketing tradicional al marketing digital
- Características del marketing digital
- Nuevas tendencias del marketing digital

## **Tema 2: Inbound Marketing**

- ¿Qué es el Inbound Marketing?
- Lead Scoring y Lead Nurturing
- Buyer Persona y Buyer`s Journey
- El contenido es el rey
- Plan de contenidos
- Analítica en el Inbound Marketing

## **Tema 3: Herramientas del marketing digital**

- Redes sociales
- Influencers
- Web
- SEO/SEM
- Email
- Publicidad programática
- Google

## **Tema 4: Analítica**

- Beneficios de analizar nuestras acciones
- Herramientas de analítica
- Interpretación de datos

## **Tema 5: Embudo de ventas online**

- Qué es y para qué sirve
- Fases del embudo de conversión
- Optimización del embudo de conversión

## **Tema 6: Planificación**

- Acciones online y offline
- KPI`s
- Calendarización
- Presupuesto

**ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA  
(MEMORIA VERIFICADA)**

## METODOLOGÍA

---

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

Lección magistral	18 horas
Tutorías	2 horas
Trabajo en equipo	3 horas
Trabajo autónomo	3 horas
Actividades prácticas	4 horas

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

	<b>% CALIFICACIÓN FINAL</b>
Examen	50%
Proyecto	20%
Prácticas	20%
Asistencia y participación activa	10%

### **Sistemas de evaluación**

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

### **Criterios de calificación**

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se obtendrá la media ponderada de todas las calificaciones obtenidas y haciendo uso de los pesos indicados en el apartado de sistemas de evaluación de este documento. Será necesario superar el examen para superar la asignatura.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final. Se dividirán en un proyecto final valorado en un 20% y en distintas prácticas/ejercicios a realizar al finalizar cada bloque de impartición evaluadas con el 20% restante.
- (c) Participación activa: 10% de la nota final

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

El examen de convocatoria extraordinaria consistirá en una prueba teórica y/o casos de estudio que se deberán resolver el día del examen.

Así mismo, el alumno deberá de presentar los resultados de prácticas y el proyecto final para optar a los porcentajes de los mismos en la nota final.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

## ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL

### METODOLOGÍA

---

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

### ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

Lección magistral	18 horas
Tutorías	2 horas
Trabajo en equipo	3 horas
Trabajo autónomo	3 horas
Actividades prácticas	4 horas

### EVALUACIÓN

---

#### Criterios de evaluación

	<b>% CALIFICACIÓN FINAL</b>
Examen	50%
Proyecto	20%
Prácticas	20%
Asistencia y participación activa	10%



### **Sistemas de evaluación**

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

### **Criterios de calificación**

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se obtendrá la media ponderada de todas las calificaciones obtenidas y haciendo uso de los pesos indicados en el apartado de sistemas de evaluación de este documento. Será necesario superar el examen para superar la asignatura.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final. Se dividirán en un proyecto final valorado en un 20% y en distintas prácticas/ejercicios a realizar al finalizar cada bloque de impartición evaluadas con el 20% restante.
- (c) Participación activa: 10% de la nota final

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

El examen de convocatoria extraordinaria consistirá en una prueba teórica y/o casos de estudio que se deberán resolver el día del examen.

Así mismo, el alumno deberá de presentar los resultados de prácticas y el proyecto final para optar a los porcentajes de los mismos en la nota final.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### Recursos web (ampliable):

- <https://www.40defiebre.com/>
- <https://22grados.com/blog/>
- <https://www.thedrum.com/>
- <https://iabspain.es/estudio/top-tendencias-digitales-2021/>
- <https://iabspain.es/estudio/observatorio-de-marcas-en-redes-sociales-2021/>

### Libro:

- Marketing Online: Estrategia y táctica en la era digital (Mirkel Markuleta y Iraia Errandonea). ESIC Editorial (2020).