



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

MARKETING DIGITAL II

CURSO ACADÉMICO 2022-2023

ÍNDICE

RESUMEN	3
DATOS DEL PROFESORADO	3
REQUISITOS PREVIOS	3
COMPETENCIAS	3
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	3
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	4
ESCENARIO A – PRESENCIALIDAD ADAPTADA	5
ESCENARIO B – SUSPENSIÓN COMPLETA DE LA ACTIVIDAD PRESENCIAL	6
BIBLIOGRAFÍA	9

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Asignatura	Marketing Digital II	Código	
Materia			
Carácter	Obligatoria		
Curso	3		
Semestre	1º		
Créditos ECTS	3		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2022-2023		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Javier Santana Afonso
Correo electrónico	Javier.santana@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019 – 628.866.557
Tutorías	<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

Al ser una asignatura introductoria no se requieren conocimientos previos, aunque para algunos temas es recomendable tener conocimientos de estadística descriptiva e inferencia básica.

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- El resultado del aprendizaje con estos contenidos sería una comprensión completa del marketing digital y las diversas herramientas y estrategias utilizadas para promocionar productos y servicios en línea. Los estudiantes aprenderían la evolución del marketing

desde los enfoques tradicionales hasta el marketing digital y las características únicas del marketing digital. También aprenderían acerca de las nuevas tendencias y las últimas prácticas en marketing digital.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

La asignatura se divide en los siguientes temas:

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

- Enseñanza expositiva y demostrativa de los contenidos esenciales que requieren explicaciones detalladas.

- Desarrollo de actividades dirigidas a la aplicación de conocimientos y a la contextualización del aprendizaje teórico por medio de supuestos prácticos que favorezcan la autonomía y el pensamiento crítico de los estudiantes, así como el fomento de otras habilidades de comunicación y resolución de problemas en equipo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lecciones expositivas y demostrativas	20 horas
Actividades prácticas	10 horas
Tutorías	1 horas

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	40%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	50%
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, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

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: 40% de la nota final.
- (b) Entrega y defensa de prueba práctica final: 50% de la nota final.
- (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.

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

- Enseñanza expositiva y demostrativa de los contenidos esenciales que requieran explicaciones detalladas.
- Desarrollo de actividades dirigidas a la aplicación de conocimientos y a la contextualización del aprendizaje teórico por medio de supuestos prácticos que favorezcan la autonomía y el pensamiento crítico de los estudiantes, así como el fomento de otras habilidades de comunicación y resolución de problemas en equipo

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lecciones expositivas y demostrativas	20 horas
Actividades prácticas	10 horas
Tutorías	1 horas

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	40%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	50%
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, es necesario superar cada apartado de la evaluación con una nota mínima igual a 5.

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: 40% de la nota final.
- (b) Entrega y defensa de prueba práctica final: 50% de la nota final.
- (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.

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

BIBLIOGRAFÍA

- **Básica.**
- **Complementaria.**
- **Recursos web.**