

## FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado</b>	Comunicación Digital
<b>Asignatura</b>	<b>Marketing Online</b>
<b>Módulo</b>	Módulo VIII. Estrategias de Comunicación y Marketing Digital
<b>Área Departamental</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>Semestre</b>	Quinto semestre
<b>Créditos totales</b>	6
<b>Curso</b>	3º
<b>Carácter</b>	Formación Obligatoria
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano

<b>Modelo de docencia:</b>	<b>Tipo B1</b>
<b>a. Enseñanzas Básicas (EB):</b>	60% (27 horas)
<b>b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):</b>	40% (18 horas)
<b>c. Actividades Dirigidas (AD)</b>	

## 2. COMPETENCIAS

### 2.1. Competencias Básicas

<b>CB01</b>	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
<b>CB02</b>	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
<b>CB03</b>	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
<b>CB04</b>	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
<b>CB05</b>	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

### 2.2. Competencias Generales

<b>CG01</b>	Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico y cultural en el desarrollo de los procesos comunicativos
<b>CG02</b>	Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales
<b>CG08</b>	Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales
<b>CG09</b>	Capacidad para comprender y describir el estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos
<b>CG13</b>	Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación
<b>CG15</b>	Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la comunicación persuasiva
<b>CG17</b>	Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información y de la comunicación en el que actúa el profesional de la comunicación
<b>CG18</b>	Capacidad para comprender y valorar las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión que deben presidir el quehacer profesional del informador y del comunicador
<b>CG19</b>	Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y de las herramientas que lo componen
<b>CG20</b>	Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados

### 2.3. Competencias Transversales

<b>CT01</b>	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
<b>CT02</b>	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
<b>CT03</b>	Resolver problemas y tomar decisiones
<b>CT05</b>	Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la

<b>CT07</b>	consecución de un objetivo común y previo
<b>CT09</b>	Adquirir habilidades para liderar un equipo
<b>CT10</b>	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
<b>CT11</b>	Localizar y gestionar documentación e información
<b>CT13</b>	Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial
<b>CT15</b>	Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos
<b>CT15</b>	Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información

  

### 2.4. Competencias Específicas

<b>CE01</b>	Dominio de las técnicas de promoción a través de las redes sociales
<b>CE02</b>	Capacidad para comprender, analizar y generar los elementos constituyentes del mensaje y formatos de la comunicación persuasiva
<b>CE04</b>	Habilidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y cuáles son los diferentes agentes que actúan en el proceso
<b>CE10</b>	Capacidad de diseño de estrategias de investigación aplicada y de formulación de problemas de conocimiento en comunicación
<b>CE18</b>	Capacidad de identificación y utilización de las estrategias y las herramientas de gestión de clientes y fidelización
<b>CE54</b>	Habilidad en el manejo de los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas
<b>CE55</b>	Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos en el ámbito del marketing de contenidos, así como su implementación en campañas y acciones

## 3. CONTENIDOS

Delimitación del Marketing Directo aplicado a entornos digitales. Herramientas del Marketing Online. Estrategias de Front End. Captación de datos. Estrategias de Back End. Valor de vida del cliente. Marketing y medios digitales. Fidelización de Clientes. Marketing Relacional. Programas de Fidelización. Email Marketing. Construcción y promoción de productos a través de boletines electrónicos: Newsletters. Ebranding. Epermission.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP):</b> se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
<b>Actividades Autónomas (AA):</b> El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos	90	0

contenidos de la asignatura,		
<b>Actividades de Evaluación (AE):</b> Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

### **METODOLOGÍA**

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Portfolios y trabajos supervisados (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Estudio personal (AA)
- Realización de actividades prácticas (AA)
- Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
- Preparación de presentaciones (AA)
- Campus virtual (AA)
- Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
- Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

## 6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	<b>40 %</b>
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	<b>40 %</b>
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	<b>20%</b>

## 7. PROFESORADO

Información disponible en la Guía Docente.