SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

Ficha técnica
Marketing digital

1. Descripción de la asignatura

Grado	Diseño Gráfico y Creatividad Digital
Asignatura	Marketing digital
Módulo	Módulo 7: Marketing y publicidad
Área Departamental	Industrias Culturales: Diseño, animación, cinematografía y producción audiovisual.
Semestre	7 semestre
Créditos totales	6
Curso	4º
Carácter	OB (Obligatoria)
Lengua de impartición	Castellano
Observaciones	

Modelo de docencia	A1 (70-30)
Enseñanzas Básicas	31,5 horas
Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD)	13,5 horas
Actividades Dirigidas	0

SAN ISIDORO
CENTRO UNIVERSITARIO

2. Resultados del proceso de formación y aprendizaje

a) Conocimientos

C02	Conoce y analiza los principios del lenguaje visual y la teoría del color en su aplicación en diferentes contextos y formatos de comunicación y marketing.	Conocimientos o contenidos
C10	Conoce y comprende los fundamentos del diseño sostenible y accesible, así como la necesidad de la comunicación inclusiva y respetuosa con los principios de igualdad y no discriminación, evitando lenguajes e imágenes sexistas que perpetúen estereotipos de género y fomenten o normalicen las violencias sexuales contra las mujeres.	Conocimientos o contenidos

b) Competencias

COM01	Actuar de acuerdo con los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, atendiendo a la normativa que en todo momento resulte de aplicación y, en particular: (a) el respeto a los derechos humanos y derechos fundamentales; los valores democráticos –la libertad de pensamiento y de cátedra, la tolerancia y el reconocimiento y respeto a la diversidad, la equidad de todas las ciudadanas y de todos los ciudadanos, la eliminación de todo contenido o práctica discriminatoria, la cultura de la paz y de la participación, entre otros–; (b) el respeto a la igualdad de género e igualdad efectiva de mujeres y hombres atendiendo al principio de igualdad de trato y no discriminación por razón de nacimiento, origen nacional o étnico, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, orientación sexual, identidad o expresión de género, características sexuales, enfermedad, situación socioeconómica o cualquier otra condición o circunstancia personal o social; (c) el respeto a los principios de accesibilidad universal y diseño para todas las personas, considerando los derechos de las personas con discapacidad y su inclusión social; (d) el tratamiento de la sostenibilidad y del cambio climático.	Competencias
COM03	Producir y presentar proyectos de diseño gráfico que integren distintos conceptos, técnicas y herramientas, asegurando la coherencia comunicativa y considerando la perspectiva de género, la libertad sexual, la inclusión y el desarrollo sostenible.	Competencias
COM06	Desarrollar proyectos de diseño gráfico, planificando y supervisando desde la dirección de arte todas las fases hasta la producción final de la campaña.	Competencias

COM08	Participar en la planificación y ejecución de estrategias de comunicación publicitaria y de marketing digital desde la perspectiva del diseño gráfico.	Competencias
COM13	Aplicar el pensamiento crítico y capacidad para resolver problemas, gestionando eficientemente el tiempo y los recursos, con una sólida base ética y deontológica en la actividad profesional.	Competencias

c) Habilidades

HD08	Elabora estrategias de marketing digital basadas en el diseño sostenible y las aplica a la gestión profesional del diseñador gráfico.	Habilidades o destrezas

3. Contenidos de la asignatura

Delimitación del Marketing Directo aplicado a entornos digitales. Estrategias y herramientas del Marketing Digital. 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. Email Marketing. SEM (SEO y SEA). Construcción y promoción de productos a través de boletines electrónicos. Ebranding. Epermission. Desarrollo de proyectos de marketing digital.

4. Actividades formativas / Metodologías docentes

Actividades formativas	
AF1-EB (70%)	Enseñanzas Básicas. Actividad presencial que se imparte sobre el grupo completo, e incorpora la enseñanza teórica, los fundamentos metodológicos y los conceptos esenciales de la disciplina. Esta enseñanza comprende la lección magistral del profesor y el proceso de debate y el análisis de supuestos. Podrán incorporarse: conferencias, proyección, visitas, etc.
AF2-EPD (30%)	Enseñanzas Prácticas y de Desarrollo. Actividad presencial que se imparten sobre grupos reducidos y su contenido versa sobre las prácticas de índole tecnológico y, fundamentalmente, sobre el desarrollo de supuestos prácticos y procesos que faciliten la adquisición de competencias por parte del estudiante. Estas actividades se impartirán habitualmente en los laboratorios de prácticas.

Metodologías Docentes

MD1	Clases magistrales/expositivas presenciales en aula
MD2	Aprendizaje basado en Proyectos
MD3	Estudio y presentaciones de casos
MD4	Clases prácticas presenciales en taller, laboratorio o grupo reducido
MD5	Tutorías programadas
MD6	Trabajo individual o en grupo en talleres y laboratorios
MD7	Presentaciones y exposiciones
MD8	Trabajo autónomo del estudiante
MD9	Conferencias, seminarios y salidas de campo
MD10	Elaboración del portfolio

5. Sistema 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:

Sistemas de evaluación	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
SEV01	50%	70%
SEV02	0%	50%
SEV03	0%	50%
SEV04	0%	50%
SEV06	0%	50%

6. Responsable de la asignatura

Nombre	
Centro	Centro Universitario San Isidoro
Áreas Departamentales	Ciencias Sociales y de la Salud
E-mail	