



SPAIN BUSINESS SCHOOL

Guía Docente
Marketing awareness
Primera Convocatoria 2023/2024

Datos generales de la asignatura

Programa: **MMD+ Máster en Marketing Digital**
Asignatura: **Marketing awareness**
Medida: **5.0 ECTS**
Carácter: **Obligatoria**

Temario

PARTE 1 SEOINTRODUCCIÓN AL MUNDO SEARCH

- Definición e historia de los buscadores
- Evolución del algoritmo de Google
- Google, Searches y factores SEO

SEO. SEARCH ENGINE OPTIMIZATION. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO

- La importancia de la indexabilidad
- La importancia de la arquitectura de información
- Principios de taxonomías y html
- Canonización
- Factores SEO On Page
- Factores SEO Off Page

PARTE 2 EMAIL MARKETING

I.- INTRODUCCIÓN AL EMAIL MARKETING

1. El correo electrónico. Antecedentes
2. Email Marketing. Definición
3. Ventajas del Email Marketing
4. Uso del Email Marketing en el mercado español

II.- CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING

1. Cómo crear un Plan de Email Marketing
2. El valor de la segmentación
3. Tipos de campañas de Email Marketing
4. Plataformas de gestión de campañas

III.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE UN EMAIL Y TÉCNICAS DE DISEÑO

1. Principales Elementos de un email
 - a. Encabezado
 - b. Cuerpo del mensaje



SPAIN BUSINESS SCHOOL

2. Técnicas de diseño para crear emails eficaces

- a. Maquetación de un email en HTML
- b. El diseño responsive en Email Marketing

IV.- LA BASE DE DATOS EN EMAIL MARKETING. NORMATIVA LEGAL APLICABLE

1. La BBDD en Email Marketing

- a. Creación, segmentación y mantenimiento de la BBDD
- b. Ventajas de una buena BBDD
- c. Comercialización de la BBDD

2. Normativa Legal aplicable

- a. LOPD y LSSI
- b. Obligaciones Legales en Email Marketing
- c. Gestión de Bajas

V.- Análisis de resultados y ROI en Email Marketing

- 1. La reputación en Email Marketing
- 2. Métricas en Email Marketing
- 3. Análisis de resultados
- 4. Herramientas de medición
- 5. Cálculo del ROI en Email Marketing

PARTE 3 MOBILE MARKETING

- Mobile Marketing. El mercado, los datos y el entorno global
- Las herramientas del mobile marketing
- La web móvil y la publicidad
- Las aplicaciones
- La importancia del móvil en el mercado
- El proceso de planificación
- Casos de campañas
- El diseño de interacción móvil

Equipo docente

Miguel Ángel Blanco Cedrún

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales



SPAIN BUSINESS SCHOOL

Definir una estrategia de captación de trabajo (awareness) en base a objetivos y herramientas disponibles en cada momento, obtenidos desde el análisis y la síntesis de las opciones. (Competencias Instrumentales)

Trabajar en equipo para la elaboración de los planes por conocimiento, negociación y consenso (Competencias Interpersonales)

Investigar los mercados para hacer frente a la elección de la estrategia. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Analizar las distintas herramientas para la captación de tráfico en la parte alta del funnel

Combinar de las herramientas las más idóneas para la estrategia concreta de captación

Determinar en base a los canales y objetivos que herramientas de atracción usar en cada momento.

Destrezas

Combinar conocimiento teórico, práctico y templanza para la determinación de las opciones en el planteamiento del marketing de captación. (Plano Subjetivo)

Ordenar los pensamiento, las ideas y las técnicas para desde los datos usar la razón y así poder obtener conocimiento de la información. (Plano Subjetivo)

Actividades formativas

Análisis de casos		
Clases magistrales		
Clases magistrales tras trabajos prácticos		
Estudio de casos		
Presentaciones en grupo		
Seminarios		
Trabajo en grupo		
Tutorías		

Actividades de evaluación

Examen escrito

Examen tipo test

Estudios de caso