



Instituto Superior de Investigación Empresarial

Guía Docente
MARKETING DIGITAL
Primera Convocatoria 2021/2022

Datos generales de la asignatura

Programa: **MASTER PDE EN MARKETING**
Asignatura: **MARKETING DIGITAL**
Medida: **9.0 ECTS**
Carácter: **Obligatoria**

Temario

TEMARIO:

- Origen y marco de referencia.
- Evolución, desde la WEB hasta ahora.
- Comunicación.
- Publicidad.
- Data.
- Metaverso.
- Redes Sociales.
- e-Commerce.
- Posicionamiento SEO.
- On-Page.
- Meta Tags.
- Investigación de KW.
- Plugin SEO Wordpress.
- Directory.
- Google Trends.
- Footer and Header.
- Sitemap.xml.
- Robots.txt.
- TXT.
- Optimización de imágenes.
- Keywords Research.
- Social Meta Tags.
- Google Analytics.
- Posicionamiento SEM.
- SEM y Publicidad.
- Google AdWords
- ¿Cómo funciona?
- Extensión geográfica.
- Tipos de pujas.
- Estructura de campaña.
- Planificación estratégica
- Medición campaña.
- Anuncios de Texto.
- Optimización de campañas.
- Nivel de Calidad.
- Herramientas prácticas.
- Google.
- e-Mail Marketing.
- HootSuite.



Instituto Superior de Investigación Empresarial

- Business Suite.
- Canva.
- Facebook Ads.
- Instagram Ads.
- Google Analytics.
- Google Search Console.
- Screaming Frog.
- Frog.
- Casos Prácticos.

Equipo docente

FRANCISCO JAVIER SAURA LACARCEL
JOSE RAMON SAURA LACARCEL
GONZALO FERNANDEZ FERNANDEZ-CUESTA
MIGUEL PEREZ GONZALEZ
MANUEL SANCHEZ-ROBLES RUTE

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Utilizar las herramientas digitales necesarias para el análisis de la presencia digital y el posicionamiento online de una compañía, así como para su mejora y perfeccionamiento. (Competencias Instrumentales)

Analizar la presencia digital y el posicionamiento de una compañía en el ámbito digital y online. (Competencias Instrumentales)

Decidir las acciones a llevar a cabo para mejorar la presencia online y el marketing digital de una empresa. (Competencias Instrumentales)

Conocimientos

Analizar el marketing digital de una empresa y su posicionamiento online.

Determinar las acciones a realizar para lograr una adecuada estrategia de marketing digital para una compañía.

Desarrollar las acciones a llevar a cabo para que mejorar la presencia de una empresa en el ámbito digital y su relación en este plano con sus grupos de interés.

Destrezas

Apoyar en la toma de decisiones de la compañía, valiéndose de los datos analizados. (Plano Subjetivo)

Actividades formativas

Aprendizaje basado en problemas o proyectos		
Trabajo en grupo		
Estudio de casos		
Ejercicios		
Discusiones		
Aprendizaje basado en problemas o proyectos		



Instituto Superior de Investigación Empresarial

Actividades de evaluación
Estudios de caso
Observación directa del desempeño
Proyecto
Resolución de problemas