

**Marketing Digital / Digital Marketing
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Presencial
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias SEO y SEM en un mercado global. • Análisis de audiencia y segmentación. • Inbound Marketing. • Social media y community management. • Email Marketing y Automatización. • Mobile Marketing. • Métricas y Analítica Digital. • Optimización de Experiencia de Usuario (UX) • Plan de e-marketing internacional. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • SEO and SEM strategies in a global market. • Audience analysis and segmentation. • Inbound Marketing. • Social media and community management. • Email Marketing and Automation. • Mobile Marketing. • Metrics and Digital Analytics. • User Experience (UX) Optimization. • International e-marketing plan. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC05 Revisar diferentes estrategias de marketing digital integrales elaboradas en plataformas y herramientas digitales en función de los objetivos comerciales marcados/ Review different comprehensive digital marketing strategies developed on digital platforms and tools according to the set commercial objectives.
	Habilidades y destrezas	HD03 Usar herramientas y plataformas digitales para la gestión de campañas de marketing y ventas, incluyendo SEO, SEM, y análisis web/ Use digital tools and platforms for managing marketing and sales campaigns, including SEO, SEM, and web analytics.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP07 Crear campañas efectivas en diversas redes sociales, optimizando el contenido y la segmentación para maximizar el alcance y el engagement con el público objetivo/ Create effective campaigns on various social networks, optimizing content and targeting to maximize reach and engagement with the target audience.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos / Proyectos / Case studies / projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

**Marketing Digital
(Modalidad virtual)**

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 1	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias SEO y SEM en un mercado global. • Análisis de audiencia y segmentación. • Inbound Marketing. • Social media y community management. • Email Marketing y Automatización. • Mobile Marketing. • Métricas y Analítica Digital. • Optimización de Experiencia de Usuario (UX) • Plan de e-marketing internacional. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC05 Revisar diferentes estrategias de marketing digital integrales elaboradas en plataformas y herramientas digitales en función de los objetivos comerciales marcados.
	Habilidades y destrezas	HD03 Usar herramientas y plataformas digitales para la gestión de campañas de marketing y ventas, incluyendo SEO, SEM, y análisis web.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad. CP07 Crear campañas efectivas en diversas redes sociales, optimizando el contenido y la segmentación para maximizar el alcance y el engagement con el público objetivo.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120