

GUÍA DOCENTE

MARKETING EN REDES SOCIALES
Y GESTIÓN DE COMUNIDADES
SOCIALES / SOCIAL MEDIA
MARKETING AND COMMUNITY
MANAGEMENT

**Marketing En Redes Sociales Y Gestión De Comunidades Sociales / Social Media
Marketing And Community Management**

| | | |
|---|--|---|
| Número total de créditos ECTS | 6 | |
| Tipología | Obligatoria / Compulsory subject | |
| Organización temporal | Curso 3; Semestre 5 | |
| Modalidad | Presencial y Virtual / Classroom and Virtual | |
| Idioma | Español e Inglés / Spanish and English | |
| Contenidos | <ul style="list-style-type: none"> • De la web 2.0 a los social media: Las redes sociales y su evolución. • La gestión de comunidades virtuales • Estrategia y objetivos SEO/SEM. Optimización SEO/SEM del sitio web. • Estrategias publicitarias en entornos digitales (web y móvil) • Planificación de medios digitales • Estrategias de relaciones públicas en entornos digitales <p>----</p> <ul style="list-style-type: none"> • From web 2.0 to social media: Social networks and their evolution. • Management of virtual communities. • SEO/SEM strategy and objectives. SEO/SEM optimization of the website. • Advertising strategies in digital environments (web and mobile). • Digital media planning. • Public relations strategies in digital environments | |
| Resultados de aprendizaje TÍTULO | Conocimientos y contenidos | <p>CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication.</p> <p>CC05 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales de organizaciones del ámbito del marketing y la comunicación. / To learn tools for the development of innovative and distinctive entrepreneurship projects in the field of marketing and communication organizations.</p> |
| | Habilidades y destrezas | <p>HD01 Aplicar las teorías de la comunicación a las estrategias de marketing y comunicación de una empresa Applying communication theories to the marketing and communication strategies of a company</p> <p>HD04 Desarrollar estrategias de marketing y publicidad digitales coherentes con el posicionamiento de organizaciones del ámbito del Marketing y Comunicación. / Develop digital marketing and advertising strategies consistent with the positioning of marketing and communication organizations.</p> |
| | Competencias | <p>CP06 Integrar el posicionamiento web y el mobile Marketing en la estrategia de difusión y promoción de una empresa. Integrate web positioning and mobile marketing into the dissemination and promotion strategy of a company</p> <p>CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts.</p> |

| | | | |
|-----------------------------|---|---|---------------|
| | | <p>CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity.</p> <p>CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity.</p> | |
| Modalidad Presencial | Actividades formativas | Horas totales | |
| | Clases Expositivas / Participatory learning | 18 | |
| | Seminarios / Seminars | 2 | |
| | Clases prácticas / Practical lessons | 38 | |
| | Tutorías / Tutorials | 12 | |
| | Trabajo autónomo / Autonomous work | 76 | |
| | Prueba de evaluación final / Final evaluation test | 4 | |
| | Total | 150 | |
| | Sistemas de evaluación | MÍNIMO | MÁXIMO |
| | Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test | 40 | 40 |
| | Resolución problemas / Problem resolution | 20 | 30 |
| | Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects | 20 | 30 |
| | Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities | 0 | 10 |
| | Total | 80 | 110 |
| Observaciones | | | |
| Modalidad Virtual | Actividades formativas | Horas totales | |
| | Clases Expositivas | 8 | |
| | Seminarios | 2 | |
| | Clases prácticas | 18 | |
| | Actividades Dirigidas Asíncronas | 30 | |
| | Tutorías | 12 | |
| | Trabajo autónomo | 76 | |
| | Prueba de evaluación final | 4 | |
| | Total | 150 | |
| | Sistemas de evaluación | MÍNIMO | MÁXIMO |
| | Evaluación final: prueba o examen | 50 | 50 |
| | Resolución problemas | 10 | 30 |
| | Estudio casos - Proyectos | 10 | 30 |
| | Otras actividades de evaluación continua | 0 | 10 |
| Total | 70 | 120 | |
| Observaciones | | | |