

GUÍA DOCENTE
MARKETING DIGITAL
Y ANALÍTICA WEB

Marketing Digital y Analítica Web

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria
Organización temporal		Curso 3; Semestre 5
Idioma		Español
Contenidos		Principios de marketing digital: estrategias behind y above the line. Posicionamiento online y generación de tráfico: SEO, SEM, display, social media, afiliación... Conocimientos básicos de usabilidad. Google analytics y funnel de conversión. Definición de KPIs y cuadro de mando.
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	
	Habilidades y destrezas	
	Competencias	CP01 Defender ideas y argumentos propios en el contexto profesional audiovisual CP04 Actuar en el área de la comunicación audiovisual de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad. CP05 Analizar y gestionar presupuestos, planes de mercado y procesos de las obras audiovisuales y multimedia para su explotación en el mercado. CP06 Planificar y gestionar empresas del campo audiovisual desde la producción a la explotación del producto con la finalidad de comercializar los diferentes proyectos.
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
1. Aplicar los conceptos básicos del Marketing a su dimensión digital. 2. Conocer las diferentes herramientas tecnológicas que toman parte en el proceso y su uso en la captación y fidelización de audiencias.		
Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales
	Clases Expositivas / Participatory learning	28
	Seminarios / Seminars	2
	Clases prácticas / Practical lessons	28
	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	40 40
	Resolución problemas	10 40
	Estudio casos - Proyectos	10 40
	Otras actividades de evaluación continua	0 10
	Total	60 130