

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 1	Tema 1. Una mirada al pasado y los nuevos modelos económicos 1.1. Presentación 1.2. El entorno digital de los negocios 1.3. La Ley de Moore 1.4. Informe Nora Minc: telemática 1.5. La economía Long Tail 1.6. La economía Wiki 1.7. Tendencias y nuevos modelos de negocio	Asistencia a 4 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,1 punto cada una). Foro: El impacto de la tecnología en la evolución social y en el modelo de relación comercial de las empresas. Ejemplos concretos. (1,5 puntos) Test tema 1 (0,1 puntos)
Semana 2	Tema 2. Evolución del marketing en el nuevo entorno digital 2.1. Presentación 2.2. Evolución del marketing (pasado y futuro) 2.3. Factores que influncian el nuevo marketing 2.4. Evolución del marketing frente a la evolución social 2.5. Principios constantes del marketing 2.6. Tendencias y retos del marketing 2.7. Estrategias del nuevo marketing: concentración, posicionamiento y diferenciación 2.8. Segmentación en el nuevo marketing 2.9. Diferenciación e innovación 2.10. Los diez pecados mortales del nuevo marketing	Test tema 2 (0,1 puntos)
Semana 3	Tema 3. Comercio electrónico y desarrollo de negocio online 3.1. Presentación 3.2. El entorno online como soporte de negocio o como base del mismo 3.3. Modelos de desarrollo de negocio online 3.4. Elementos clave en la ejecución de un proyecto e-commerce desde la óptica del marketing: imagen, usabilidad y servicio 3.5. Detalles técnicos y su influencia en el desarrollo de negocio	Test tema 3 (0,1 puntos)
Semana 4	Tema 4. Herramientas de marketing digital 4.1. Presentación 4.2. ¿Cómo hacer campañas eficaces? 4.3. La importancia de un buen desarrollo web 4.4. Buscadores. Cómo planificar campañas eficaces. SEO y SEM 4.5. Marketing viral 4.6. E-mail marketing 4.7. Marketing en redes sociales. SMO 4.8. Publicidad online: affiliate marketing 4.9. Advergaming y marketing dinámico 4.10. Integración de estrategias online y offline 4.11. Conclusiones generales	Test tema 4 (0,1 puntos)

	Temas	Actividades (6 puntos)
Semana 5	Tema 5. Mobile marketing 5.1. Presentación 5.2. Origen y evolución del marketing en dispositivos móviles 5.3. Definición y características del mobile marketing 5.4. Formatos y contenidos 5.5. Otros sistemas de interacción 5.6. Las Apps móviles como instrumento de fidelización	Caso práctico: Molson Canadá: marketing en medios sociales (2 puntos) Foro Caso Práctico: Molson Canadá (1,5 puntos) Test tema 5 (0,1 puntos)
Semana 6	Introducción caso práctico	
Semana 7	Sesión de trabajo de caso práctico	
Semana 8	Resolución caso práctico	
Semana 9	Tema 6. El plan de marketing online 6.1. Presentación 6.2 El plan de marketing online 6.3 La importancia de un buen desarrollo web 6.4 Fases para la elaboración de un plan de marketing online 6.5 Las 4 Fs de Paul Fleming 6.6. Productos, precios y marcas en el entorno digital	Test tema 6 (0,1 puntos)
Semana 10	Semana de repaso	
Semana 11	Semana de exámenes	