

Programación semanal

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

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Internet y el ámbito de la Web 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Datos de conectividad y acceso 1.3. Internet como medio de comunicación y soporte publicitario 1.4. Inversión publicitaria en el medio Internet 1.5. Recopilatorio de fuentes para analizar el medio Internet		*Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,25 puntos cada una). Test: Tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. El branding en Internet 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Necesidad de la comunicación para crear valor 2.3. La generación de marca: el branding 2.4. Funcionalidades de Internet como medio para hacer branding 2.5. Tendencias de generación de marca a través de Internet			
Semana 3	Tema 2. El branding en Internet (Continuación) 2.6. Estudios sobre branding y herramientas de evaluación del desempeño 2.7. Diseño de campañas de branding 2.8. Ventajas y desventajas de la publicidad en Internet		Foro: Herramientas para analizar el branding (0,3 puntos) Test: Tema 2 (0,1 puntos)	
Semana 4	Tema 3. Medición de la audiencia online 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Necesidad de estándares de medición online 3.3. Características del mundo digital. 3.4. Criterios para el diseño de los estándares de medición			
Semana 5	Tema 3. Medición de la audiencia online (Continuación) 3.5. Sistemas de medición muestral 3.6. Sistemas de medición censal 3.7. Principales indicadores de medición de tráfico 3.8. Sistemas híbridos de medición de audiencia		Test: Tema 3 (0,1 puntos)	Lectura: Cómo hacer branding en Internet (1 puntos)
Semana 6	Tema 4. Web 2.0 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Historia 4.3. Conceptualización y aspectos clave de la web 2.0 4.4. Claroscuros de la era 2.0.		Test: Tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 7	Tema 5. Aplicaciones de la web 2.0 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Introducción a las herramientas de la web 2.0 5.3. Herramientas tradicionales de la web 1.0			Lectura: La confianza y el compromiso en las relaciones a través de Internet (1 puntos)

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 8	Tema 5. Aplicaciones de la web 2.0 (Continuación) 5.4. Principales herramientas de la web 2.0 5.5. Las redes sociales online		Test: Tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 9	Tema 6: La empresa 2.0 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Introducción al término empresa 2.0 6.3. La empresa 2.0 6.4. Herramientas 2.0 en la empresa			
Semana 10	Tema 6: La empresa 2.0 (Continuación) 6.5. Tipos de empresa 2.0 6.6. Impacto de las herramientas 2.0 en la empresa		Foro: ¿Qué acciones tomarías para incrementar la participación en una organización? (0,3 puntos) Test: Tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 11	Tema 7: Estrategias empresariales a través de Internet 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Marketing de relaciones 7.3. La personalización a través de Internet 7.4. Marketing viral	Trabajo: Caso de éxito de implantación de una estrategia en social media (1 puntos)	Test: Tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 8: Estrategias empresariales a través de redes sociales online 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Uso de las redes sociales online a nivel empresarial	Trabajo: Publica tu perfil público de Netvides (1 puntos)		
Semana 13	Tema 8: Estrategias empresariales a través de redes sociales online (Continuación) 8.3. Ventajas de las redes sociales online en la estrategia empresarial: orientación al cliente, segmentación y marketing viral 8.4. Modelos de ingreso en las redes sociales online		Test: Tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 14	Tema 9: Tendencias 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Después del social media: nueva tendencias 9.3. Cloud computing, software as a service y platform as a service. 9.4. Aplicaciones híbridas online-offline 9.5. Prediction markets 9.6. Web 3.0: La web semántica		Test: Tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de Repaso			
Semana 16	Semana de exámenes			