

27639 - e-Márketing

Información del Plan Docente

Año académico: 2024/25

Asignatura: 27639 - e-Márketing

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 5.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

El objetivo de esta asignatura es dar a conocer desde una perspectiva teórico-práctica los aspectos más relevantes del marketing online. Se discuten aspectos como el impacto de las TICs en la actividad de marketing, técnicas de analítica web y monitorización de redes sociales, estrategias SEO y análisis de usabilidad, creación de webs, SEM y otros formatos de comunicación online, estrategias de precios y políticas de producto en Internet.

2. Resultados de aprendizaje

- Diferenciar los principales aspectos que afectan a la actividad de marketing en los nuevos entornos de comercialización.
- Describir las principales técnicas de investigación de mercados que se sirven de Internet para la consecución de sus objetivos, con especial énfasis en la analítica web.
- Describir los aspectos más relevantes en la gestión del producto y los precios en las relaciones comerciales online.
- Diferenciar aquellas cuestiones a tener en consideración en la toma de decisiones de distribución de productos en Internet y, en especial, planificar la presencia de un negocio en Internet en términos de posicionamiento en buscadores y usabilidad web.
- Diferenciar y aplicar las principales técnicas de comunicación comercial propias de Internet. Describir y aplicar las técnicas propias del social media marketing.
- Resolver y desarrollar de manera individual y/o en grupo, actividades y trabajos relacionados con los contenidos de la materia.
- Comunicar de forma oral, escrita y a través de medios telemáticos los resultados de las actividades y trabajos realizados.

3. Programa de la asignatura

Tema 1. Introducción al e-marketing.

Tema 2. Técnicas de investigación de mercados online.

Tema 3. Gestión de producto y precios en internet.

Tema 4. Decisiones sobre distribución en internet.

Tema 5. Técnicas de comunicación comercial online.

4. Actividades académicas

Clases teórico-prácticas: sesiones en las que el profesor responsable expone los contenidos fomentando la participación del alumnado.

Clases prácticas: en su mayoría en aula de informática, incluyen, Wordpress, Google Analytics, monitorización de redes, SEO.

En principio la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

DOS CONVOCATORIAS oficiales a través de una prueba GLOBAL de dos partes:

En la PRIMERA CONVOCATORIA, la evaluación incluirá las siguientes pruebas:

- **Prueba Escrita (E1)**, de carácter teórico-práctico, a realizar en las fechas oficiales marcadas por el Centro, sobre los contenidos vistos en clase (30% de la calificación final).
- **Prueba Escrita (E2)**, siguiendo los mismos criterios que la anterior (70% de la calificación final).

Aquellos alumnos que lo deseen pueden realizar una serie de **pruebas prácticas (P)**:

- **Trabajo T1:** actividades prácticas realizadas en grupos de hasta 3 personas. Consistirán en manejo de software especializado, comentario de casos prácticos, vídeos o lecturas y presentación y discusión de ejercicios prácticos. 30% de la calificación final.
- **Trabajo T2:** realización de un trabajo práctico en grupos de hasta 3 personas. El trabajo consistirá en la aplicación de los contenidos vistos en la asignatura a un caso real. La valoración del trabajo se realizará a partir de: análisis del caso, originalidad y viabilidad de propuestas, dificultad de caso elegido, presentación oral y escrita. 40% de la calificación final.

Estas pruebas prácticas (P) permiten al alumno **liberar** la parte correspondiente a la Prueba E2, siempre que se hayan realizado **TODAS**, y se obtenga una calificación **mínima de 3,5 puntos**. La nota final será E1 + P.

Si el alumno, aún habiendo superado las Pruebas Prácticas (P) decide hacer la Prueba E2, la nota que prevalecerá será la mayor de las dos.

En la SEGUNDA CONVOCATORIA se realizará una prueba escrita **global**, en la fecha oficial establecida por el centro. Esta prueba final será de carácter teórico-práctico sobre los contenidos vistos tanto en las sesiones teóricas como prácticas.

6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 4 - Educación de Calidad
- 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico
- 9 - Industria, Innovación e Infraestructura