

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Elaboración de contenidos web
Titulación	Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales
Curso	2º
ECTS	6ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	S2
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	Sonia Bernal Chico

2. PRESENTACIÓN

Esta asignatura dota al alumnado de las herramientas para conocer las claves de una propuesta de contenidos para una página web, así como para la elaboración de la landing page distinta. El alumnado conocerá los elementos clave para posicionar de manera orgánica dichos contenidos en buscadores.

Además de trabajar los conocimientos básicos para desarrollar una web de empresa, se trabajará para conocer las claves de la técnica Inbound Marketing. Junto a la estrategia, esta asignatura dota al alumnado de la capacidad de reconocer cómo se elabora una web (lenguaje de programación básico), cuáles son los distintos contenidos que podemos utilizar en dicha estrategia, y las claves para preparar dichos contenidos.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas y generales:

- CB2 --- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su

área de estudio.

- CB3 --- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales

- CT01 --- Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- CT02 --- Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT04 --- Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.

Competencias específicas:

- CE06 – Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE08 – Capacidad para interpretar los argumentos contenidos en los briefings y producir acciones de marketing orientadas a cubrir y satisfacer las necesidades del público objetivo.
- CE12 – Capacidad para interpretar el retorno de cada inversión realizada en la función del marketing, buscando mejorar la cuota de mercado y la rentabilidad del departamento.

Resultados de aprendizaje:

- R.A. 1: Redactar contenidos atractivos para una página web.
- R.A. 2: Conocer las claves para que la propuesta de contenidos web logre convertir una página web en landing site.
- R.A. 3: Preparar contenidos gráficos para una página web (dibujo de ilustraciones, retoque de imágenes, diseño de layout, etc.).
- R.A. 4: Reconocer las variables clave que ayudan a que una página se sitúe en posición preferente en buscadores.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CB3, CT02, CT04, CEO6	RA1
CB2, CB3, CT02, CT04, CEO6, CE08, CE12	RA2
CB2, CB3, CT02, CT02, CEO4, CEO6, CE08, CE12	RA3
CB2, CB3, CT01, CT02, CEO6, CE12	RA4

4. CONTENIDOS

Tema 1. Proceso de creatividad y generación de ideas.

Tema 2. Programación informática

Tema 3. Construcción web. WordPress

Tema 4. Contenidos. Elaboración, tipos y posicionamiento y tendencias.

Tema 5. Storytelling / Copywriting.

Tema 6. Inbound Marketing / Marketing de contenidos.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza---aprendizaje que se aplicarán:

- Clases magistrales
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Entornos de simulación
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller
- Método de caso

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
AF1. Trabajo autónomo	30
AF2. Lecciones magistrales	30
AF3. Exposiciones orales	12
AF4. Análisis de casos y resolución de problemas	20
AF5. Actividades participativas grupales	30
AF6. Prueba de conocimientos	5
AF7. Tutoría	5
AF8. Realización de trabajos/proyectos	18
TOTAL	150h.

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
<i>Caso/problema. Exposición oral</i>	20%
<i>Proyecto web</i>	20%
<i>Diario reflexivo.</i>	10%
<i>Evaluación del desempeño</i>	10%
<i>Prueba de conocimiento.</i>	40%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1 Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2 Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividad evaluable	Fecha
<i>Act.1. Caso/Problema/Taller. Autoevaluación inicial.</i>	Semana 3-5
<i>Act.2. Caso/Problema/Taller Inbound Marketing.</i>	Semana 6-9
<i>Act. 3 Caso/Problema/Taller. Análisis empresas.</i>	Semana 10-11
<i>Act.4. Caso/Problema/Taller. Estrategia marketing de contenidos.</i>	Semana 12
<i>Act.5. Diario reflexivo.</i>	Semana 13
<i>Act.6. Proyecto web.</i>	Semana 3-14
<i>Act.7. Prueba conocimiento</i>	Semana 16

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

Manuales básicos:

- Ávila, C. (2019). *Estrategias y marketing de contenidos*. Anaya Multimedia.
- Sanagustín, E. (2017). Plan de contenidos para medios sociales. *Plan de contenidos para medios sociales*, 1---105.
- Rodríguez, M. (2020). *Escribir para persuadir: Técnicas de copywriting aplicadas al marketing digital*. Anaya Multimedia.

Otra bibliografía recomendada:

- Angosto Nieto, L. (2015). Marketing de contenidos y viralidad. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (10), 153–168.
- Area, M., & Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios de la Web 2.0. *Comunicar*, 38, 13–20. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-01>
- Bezovski, Z. (2015). Inbound marketing: A new concept in digital business. *Ecoforum Journal*, 4(1), 232–236.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2020). *Marketing digital: Estrategia, implementación y práctica* (Ed. en español). Pearson Educación.
- Coll, P. (2019). El marketing de contenidos en la estrategia de growth hacking en la nueva economía: Los casos de Wallapop, Westwing y Fotocasa. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (17), 137–156.
- Cufari, A. A. (2020). *Storytelling y copywriting: Cómo contar la historia de tu empresa*. Anaya Multimedia.
- Del Pino, C., & García, F. (2016). *Branded content: Contenidos de marca en el universo transmedia*. UOC.
- De Haro, J. J. (2022). *Guía práctica de SEO y marketing de contenidos*. UOC.
- Esteruelas, N. C. (2015). Marketing de contenidos. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 9(2), 113–115.
- Feijóo, J. (2019). *Diseño narrativo: Metodología para comunicar*. Anaya Multimedia.
- Fernández, E. (2021). *Diseño y creación de contenidos digitales*. Editorial Síntesis.
- Fundación Telefónica. (2023). *La sociedad digital en España 2023*. <https://www.fundaciontelefonica.com/sociedaddigital>
- Guber, R. (2020). *La escritura etnográfica: El trabajo de campo en la investigación antropológica* (Reed.). Siglo XXI.
- Jenkins, H. (2009). *Cultura transmedia*. Paidós.
- Knaflic, C. N. (2017). *Storytelling con datos*. Anaya Multimedia.
- Llano, J. C. M. (2013). *La guía del community manager: Estrategia, táctica y herramientas*. Anaya Multimedia.
- Llano, J. C. M. (2016). *La guía avanzada del community manager*. Anaya Multimedia.
- Marcos, A. (2021). *Manual de redacción digital: Escribir para que te lean*. UOC.
- Pérez Tornero, J. M., & Varis, T. (2010). *La alfabetización mediática en la sociedad digital*. Gedisa.
- Ramos, J. (2016). *Marketing de contenidos: Guía práctica*. XinXii.
- Sanagustín, E. (2017). *Plan de contenidos para medios sociales*. Anaya Multimedia.
- Sánchez, Y., & Tellado, F. (2018). *WordPress 4.0: La tela de araña*. Anaya Multimedia.
- Scolari, C. A. (2018). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Solis, A. (2017). *SEO: Claves esenciales*. Anaya Multimedia.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.

En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.

Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.

Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
unidad.diversidaduev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza--- aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.