

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	ANALÍTICA WEB Y ANÁLISIS DE AUDIENCIA
Titulación	GRADO EN MARKETING
Escuela/ Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Curso	CUARTO
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIA
Idioma/s	ESPAÑOL
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º SEMESTRE
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	MARTÍN LÓPEZ, RAQUEL
Docente	MARTÍN LÓPEZ, RAQUEL

2. PRESENTACIÓN

El programa de la asignatura permite a los alumnos poder recoger, estudiar y valorar los datos obtenidos gracias a herramientas de medición sobre el comportamiento de las audiencias.

Es de vital importancia poder analizar las mediciones para mejorar y gestionar una estrategia de marketing online. Es por ello, que, tras finalizar la asignatura, el alumno ya no realizará estrategias online a ciegas, sino que podrá tener en cuenta todos los datos en tiempo real para llevar a cabo acciones, donde todos los esfuerzos realizados no sean en vano.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- 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 tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

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.
- 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.
- CT05 - Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT06 - Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.

Competencias específicas:

- CE02 - Capacidad para comprender cómo se deben diseñar acciones de marketing basadas en la óptima utilización del mix de marketing.
- CE03 - Facultad para interpretar y resumir los resultados de los informes y estudios de mercado y tomarlos como base para la toma de decisiones aplicadas al marketing.
- CE04 - Capacidad para identificar las necesidades del mercado con el fin de ofrecer soluciones que puedan satisfacer las expectativas de los consumidores.
- CE06 - Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.

Resultados de aprendizaje:

- R.A. 1: Utilizar Big Data
- R.A. 2: Producir investigación de audiencias online
- R.A. 3: Ejecutar herramientas y servicios de métrica web
- R.A. 4: Reconocer las tendencias en la medición online

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, CT01, CT04, CT05, CT06, CE02, CE03, CE04 y CE06	R.A. 1: Utilizar Big Data
CB2, CB3, CT01, CT04, CT05, CT06, CE02, CE03, CE04 y CE06	R.A. 2: Producir investigación de audiencias online
CB2, CB3, CT01, CT04, CT05, CT06, CE02, CE03, CE04 y CE06	R.A. 3: Ejecutar herramientas y servicios de métrica web
CB2, CB3, CT01, CT04, CT05, CT06, CE02, CE03, CE04 y CE06	R.A. 4: Reconocer las tendencias en la medición online

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje en las que se reflejan, entre otros, los siguientes contenidos:

- Introducción al Big Data
- La investigación de audiencias online
- Herramientas y servicios de métrica web
- Tendencias en la medición online

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 (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller

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
Tutoría	7
Clases magistrales	35
Clases magistrales asíncronas	10
Trabajo autónomo	35
Exposiciones orales	10
Análisis de casos y resolución de problemas	20
Prueba de conocimientos	3
Realización de trabajos/proyectos	30
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	30%
Exposiciones orales	30%
Caso/problema	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 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:

Actividades evaluables	Fecha
Práctica 1	Semana 4
Práctica 2	Semana 6
Práctica 3	Semana 8
Trabajo final asignatura	Semana 12
Prueba de conocimiento	Final semestre

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

9. BIBLIOGRAFÍA

Las obras de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Kaushik, A. (2011). *Analítica Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente*. Grupo Planeta (GBS).
- Morales, M. (2010). *Analítica Web para empresas. Arte, ingenio y anticipación*. Editorial UOC.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Muñoz Vera, G., & Figueroa, T. (2011). *El arte de medir: manual de analítica web*. Profit Editorial, 2011.

- CHAFFEY, D., ELLIS-CHADWICK, F. AND CHAFFEY, D. (2012), *Digital marketing*, Pearson – Harlow.
- Chardonneau, R. (2014) *Google Analytics: analice el tráfico de su sitio web para mejorar los resultados: incluye Universal Analytics*. Ediciones ENI.
- Janal, D.S. (2000). *Marketing en Internet. Cómo lograr que la gente visite, compre y regrese a su sitio web*. Pearson Education.
- Caballero, R. y Martín, E. (2015). *Las bases del Big Data*. Editorial La Catarata. ISBN: 9788490970867
- CALLEJO, Javier (2001). *Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo*. Barcelona: Editorial Paidós
- MARR, BERNARD (2017), *Big data en la práctica*, TEELL.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (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:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. 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.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. 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:

orientacioneducativa.uev@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.