

## 1. DATOS BÁSICOS

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Asignatura</b>          | Herramientas Digitales                 |
| <b>Titulación</b>          | Grado en Marketing                     |
| <b>Escuela/ Facultad</b>   | Ciencias Sociales y de la Comunicación |
| <b>Curso</b>               | Tercero                                |
| <b>ECTS</b>                | 6 ECTS                                 |
| <b>Carácter</b>            | Obligatorio                            |
| <b>Idioma/s</b>            | Castellano                             |
| <b>Modalidad</b>           | Presencial                             |
| <b>Semestre</b>            | Primer semestre                        |
| <b>Curso académico</b>     | 2023/2024                              |
| <b>Docente coordinador</b> | David Grávalos Macho                   |

## 2. PRESENTACIÓN

La asignatura Herramientas Digitales es una asignatura de carácter obligatorio dentro de la planificación de las enseñanzas del Grado en Marketing de la Universidad Europea de Madrid. Dicha asignatura forma parte de uno de los ejes rectores tradicionales en el proceso formativo del futuro egresado en Marketing que adquiere una sólida formación en manejo de herramientas digitales, entendida ésta como la parcela de la planificación estratégica de marketing que delimita el ejercicio de la gestión de la estrategia empresarial.

En este contexto, tras los conocimientos y competencias adquiridas sobre el estudio de la teoría de la presente asignatura, se plantea como objetivo último el análisis y desarrollo de un plan de marketing digital.

De este modo, a lo largo de la asignatura el estudiante analiza los elementos típicos que constituyen cada una de las acciones puntuales que serán objeto de estudio, llevando a cabo dicho examen atendiendo a la implantación en conjunto y conforme a la consecución de los objetivos generales perseguidos.

La asignatura Herramientas Digitales permite al estudiante analizar y resolver los posibles conflictos empresariales y de marketing que una estrategia le puede plantear, con la finalidad de ofrecer respuestas o alternativas de solución desde el punto de vista de la implantación de un plan, la totalidad de los elementos del mismo, lo que supone combinar en la práctica de empresa los conocimientos interiorizados en la teoría y aplicados a un proyecto práctico.

Esta asignatura supone a su vez un escenario en el que desde el punto de vista de la adquisición de competencias el estudiante profundiza de forma paralela en la adquisición de conocimientos de naturaleza empresarial y en la adquisición de competencias de investigación en el manejo de doctrina de estrategia de marketing.

La asignatura Herramientas Digitales se concibe de esta forma desde un punto de vista teórico-práctico, lo que sitúa al estudiante de forma privilegiada ante supuestos reales siendo el alumno capaz de resolverlos aplicando los conocimientos y competencias empresariales.

### **3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

#### **Competencias básicas:**

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo 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.
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

#### **Competencias transversales:**

CT13 - Resolución de problemas: Capacidad de encontrar solución a una cuestión confusa o a una situación complicada sin solución predefinida, que dificulte la consecución de un fin.

CT18 - Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC): Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

#### **Competencias específicas:**

- CE06 - Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE25 - Capacidad para crear soluciones de marketing teniendo en cuenta la diversidad cultural, étnica, demográfica, etc.
- CE26 - Capacidad para aplicar las tecnologías adecuadas en cada actividad del marketing.

#### **Resultados de aprendizaje:**

RA1. Los alumnos serán capaces de completar una campaña en el entorno online, comenzando por la parte de análisis estratégico, continuando por la implementación y terminando por el análisis de los resultados, en todos los casos utilizando las herramientas correspondientes.

Al tratarse de una materia práctica, es necesario que las herramientas que se utilicen en la materia se vayan actualizando con la evolución de la tecnología

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 |
|--|---------------------------|
| CB01, CB03, CB04,<br>CE02, CE04, CE21, | R1                        |

## 4. CONTENIDOS

La materia está organizada en tres unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (entre cuatro y 6 temas dependiendo de las unidades):

El primer bloque sera el de investigación: donde veremos las herramientas de escucha:

- Alertas de google
- Google Trends
- Google Analytics
- Similarwebs

El Segundo bloque estará dedicado a la estrategia y la acción, bajo el prisma de los 3 ejes: Medios propios, medios de ruido y medios de pago: donde veremos:

- Herramientas de desarrollo web: wordpress, wix, etc
- Mapas de calor web
- Emailing
- Blogs
- Ads (Google, FB et Insta)
- SEO

Y el último bloque es el de implementación y monitorización:

- Retroplaning Gantt
- Informes de campañas de Paid
- Google Analytics
- Cuadro de mando seguimiento mkg digital.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Aprendizaje cooperativo (modalidad presencial)
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) (modalidad presencial)
- Aprendizaje Basado en proyectos (modalidad presencial)
- Clases magistrales (modalidad presencial)
- Aprendizaje cooperativo (modalidad a distancia)
- Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) (modalidad a distancia)
- Aprendizaje Basado en proyectos (modalidad a distancia)
- Clases magistrales mediante seminario virtual (modalidad a distancia)

## 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:

| Tipo de actividad formativa                 | Número de horas |
|---|-----------------|
| Lecciones magistrales y asíncronas          | 40 h            |
| Trabajo autónomo                            | 40 h            |
| Exposiciones orales                         | 10 h            |
| Análisis de casos y resolución de problemas | 20 h            |
| Elaboración de informes y escritos          | 25 h            |
| Pruebas de conocimiento                     | 5 h             |
| Tutoría                                     | 10 h            |
| <b>TOTAL</b>                                | <b>150 h</b>    |

**Modalidad a distancia:**

| Actividad formativa  | Número de horas |
|--|-----------------|
| Lectura de temas de contenido                                    | 20              |
| Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyec | 30              |
| Seminarios virtuales   | 10              |
| Actividades de aplicación colaborativas                          | 20              |
| Tutoría virtual  | 20              |
| ECuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento       | 5               |
| Trabajo autónomo   | 45              |
| <b>TOTAL</b>   | <b>150</b>      |

## 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 |
|---|------|
| Prueba de conocimiento                      | 50%  |
| Exposiciones orales                         | 10%  |
| Análisis de casos y resolución de problemas | 20%  |
| Proyectos, informes y escritos              | 20%  |

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 4,0 en la actividad 7 (prueba final), para que la misma pueda hacer media con el resto de 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 4,0 en la actividad 7 (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:

| Actividad | Título                            | SEMANAS       |
|-----------|-----------------------------------|---------------|
| Bloque 1  | Investigación                     | SEMANAS 1-6   |
| Bloque 2  | Estrategia e implantación digital | SEMANAS 7-12  |
| Bloque 3  | Seguimiento y Monitorización      | SEMANAS 13-18 |

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

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Nielsen, J., & Loranger, H. (2006). Usabilidad. prioridad en el diseño web (1st ed.) ANAYA MULTIMEDIA.
- Rodríguez Fernández, O. (2011): Twitter: aplicaciones profesionales y de empresa. Anaya Multimedia: Madrid
- Valdés-Miranda, C., & Rodríguez Álvarez, E. (2005). Creación y diseño web. edición 2005 (1st ed.) ANAYA MULTIMEDIA
- Gómez Vieites, Á., & Otero Barros, C. (2011). Redes sociales en la empresa: La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional. Madrid: Ra-Ma.
- BAENA, V. (2011) “Fundamentos del Marketing. Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial”, Ed. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

## 10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: [unidad.diversidad@universidadeuropea.es](mailto:unidad.diversidad@universidadeuropea.es) al comienzo de cada semestre.

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu 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.