

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	<b>MÓDULO 4. ATRACCIÓN Y CONVERSIÓN DE TRÁFICO I: MARKETING EN BUSCADORES (SEO Y SEM) Y MARKETING DE AFILIACIÓN</b>
<b>Titulación</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO</b>
<b>Escuela/ Facultad</b>	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y COMUNICACIÓN
<b>Curso</b>	1º
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	OBLIGATORIO
<b>Idioma/s</b>	CASTELLANO
<b>Modalidad</b>	ONLINE
<b>Semestre</b>	SEMESTRE 1
<b>Curso académico</b>	2024-25
<b>Docente coordinador</b>	FRANCISCO JOSÉ PRADANA PÉREZ <a href="mailto:franciscojose.pradana@universidadeuropea.es">franciscojose.pradana@universidadeuropea.es</a>

## 2. PRESENTACIÓN

La capacidad de una empresa para ser visible en el entorno digital y atraer a la audiencia correcta condicionan enormemente los resultados de las marcas. Aquí es donde entran en juego el SEO (Search Engine Optimization) y el SEM (Search Engine Marketing), dos pilares fundamentales del marketing en buscadores. Mientras que el SEO se centra en mejorar el ranking en los resultados de búsqueda de manera orgánica, el SEM involucra estrategias de publicidad pagada para aumentar la visibilidad de manera inmediata.

Además, en este módulo exploraremos el marketing de afiliación, una táctica donde se recompensa a terceros (afiliados) por generar tráfico o leads hacia los productos o servicios de una empresa. Esta estrategia se basa en la performance y es fundamental para expandir el alcance de las campañas de marketing digital.

A lo largo de este módulo, no solo aprenderemos a identificar y aplicar estas estrategias, sino también a integrarlas dentro de un plan de marketing digital cohesivo. Esto incluirá la planificación, ejecución y medición de campañas que se alineen con los objetivos comerciales específicos de un modelo de negocio online.

### 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Conocimientos

CON02 Describir los modelos de comercio electrónico, implantación, desarrollo y gestión.

- Diseñar una estrategia de atracción del tráfico orgánico centrada en marketing de buscadores (SEO).
- Planificar una campaña de marketing de buscadores enfocada a búsquedas pagadas (SEM).

CON03 Identificar las oportunidades de mejora en el ciclo de vida del cliente.

- Realizar seguimiento de una campaña de marketing digital de marketing en buscadores y marketing de afiliación.

#### Habilidades

HAB04 Seleccionar nuevas tecnologías para su integración en un proyecto digital.

- Establecer un funnel y plan de conversión del tráfico captado.

HAB05 Evaluar nuevas posibilidades de atracción de tráfico online.

- Analizar nuevas posibilidades de atracción de tráfico online.

#### Competencias

COMP04 Medir y controlar la información generada por la actividad interna de la empresa, proponiendo soluciones teórico-prácticas que conduzcan a una mayor eficacia o rentabilidad empresarial.

COMP07 Diseñar un plan de marketing digital para un público objetivo concreto con la mayor eficacia publicitaria posible.

COMP08 Analizar e interpretar información de mercado, negocio y marketing digital que permita evaluar la evolución de los mismos.

### 4. CONTENIDOS

Los contenidos de esta asignatura se estructuran en las siguientes unidades:

UA1. El plan de marketing digital

UA2. Marketing en buscadores (SEO) I

UA3. Marketing en buscadores (SEO) II

UA4. Marketing en buscadores (SEM)

UA5. Marketing de afiliación

### 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en proyectos

## 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:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales síncronas	22
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	12
Elaboración de informes escritos	20
Estudios de contenidos y documentación complementaria	56
Foro virtual	8
Tutoría académica virtual síncrona	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
<b>TOTAL</b>	<b>150 horas</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
Pruebas de evaluación presenciales	60
Informes y escritos	10
Caso/problema	20
Investigaciones y proyectos	10

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 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 extraordinaria 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 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:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Realiza un plan de marketing digital	Marzo
Actividad 2. Propuesta de campaña SEM para e-commerce	Marzo
Actividad 3. Cuestionario UA3	Marzo
Actividad 4. Cuestionario UA5	Marzo

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas u operativas 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 son:

García, J. (2022). *SEO en la práctica*. Madrid: ESIC Editorial.

Maciá, F. (2020). *SEO avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web*. Barcelona: Anaya Multimedia.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

Ordozgoiti R., Rodríguez D., Olmos, A. y Miranda J. A. (2014). *Publicidad online. Las claves del éxito en internet*. Madrid: ESIC Editorial.

## 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:

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@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## 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.