

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesión Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	PE	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Més	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias
MTAC	1	1		César Serrano	Instrumentos de marketing y comunicación digital	P	José Luis Durán	Introducción al Marketing Digital	PRESENTACIÓN	Octubre	L	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Trabajo en grupo (30-60%)	CB6
	2	2			Obligatoria	P	José Luis Durán	Introducción al Marketing Digital	PRESENTACIÓN	Octubre	L	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	Lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CO1, CO2
	3	3				E	José Luis Durán	Introducción al Marketing Digital	SEMINARIO	Octubre	M	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos		CE1, CE2, CE3
	4	4				E	José Luis Durán	Introducción al Marketing Digital	SEMINARIO	Octubre	M	18:30 a 20:30	2		Elaboración de trabajos en grupo		CT2,CT4
	5	5	2.5			E	Cesar Serrano	Marketing Viral	SEMINARIO	Octubre	X	16:00 a 18:00	2				
	6	6				E	Miguel Ángel Sánchez	Mobile marketing	SEMINARIO	Octubre	X	18:30 a 20:30	2				
	7	7				P	Alberto Alcántara	Seguridad y ventas online	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	J	16:00 a 18:00	2				
	8	8				P	Alberto Alcántara	Seguridad y ventas online	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	J	18:30 a 20:30	2				
	9	9				P	César Serrano	Aplicaciones de los instrumentos de marketing digital y social	TUTORIAS	Octubre	V	16:00 a 18:00	2				
MMA10	1	10		J.J. Mier-Terán	Método científico y técnicas cualitativas	P	Juan José Mier-Terán	El método científico.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	L	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Trabajo en grupo (30-60%)	CB7, CB8, CB9, CB10
	2	11			Obligatoria	P	Juan José Mier-Terán	Estructura del trabajo científico	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	L	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	Lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CO1, CO7, CO9, CO10
	3	12				P	Juan José Mier-Terán	Branding Day	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	M	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos		CE12, CE13
	4	13				P	Juan José Mier-Terán	Branding Day	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	M	18:30 a 20:30	2		Elaboración de trabajos en grupo		CT1, CT3, CT4, CT6, CT10
	5	14				P	Teresa Fernández	Búsqueda bibliográfica y citas.	FOCUS	Octubre	X	16:00 a 18:00	2				
	6	15				P	María Moral	Redacción del trabajo científico	FOCUS	Octubre	X	18:30 a 20:30	2				
	7	16	4			P	Pedro Pablo Marín	Técnicas cualitativas de obtención de la información	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	J	16:00 a 18:00	2				
	8	17				P	Pedro Pablo Marín	Características del TFM	TEÓRICOPRÁCTICAS	Octubre	J	18:30 a 20:30	2				
	9	18				P	Esther Simancas	Uso de Mendeley en la bibliografía	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L	16:00 a 18:00	2				Mendeley
	10	19				P	Esther Simancas	Uso de Mendeley en la bibliografía	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L	18:30 a 20:30	2				Mendeley
	11	20				P	Paloma López	Terminología inglesa en marketing	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M	16:00 a 18:00	2				
	12	21				P	Paloma López	Terminología inglesa en comunicación	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M	18:30 a 20:30	2				
	13	22				P	Paloma López	Anglicismos especializados	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X	16:00 a 18:00	2				
	14	23				P	Paloma López	Anglicismos especializados	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X	18:30 a 20:30	2				
MMA11	1	24		Hector Ramos	Técnicas cuantitativas	P	Hector Ramos	Conceptos básicos de la inferencia estadística	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Examen de teoría	CB6, CB7
	2	25			Obligatoria	P	Hector Ramos	Encuestas. Ficha técnica	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J	18:30 a 20:30	2	Estudio y preparación de pruebas	Lección magistral participativa	Examen práctico	CO1, CO2
	3	26				P	Gabriel Ruíz	Estimación parámetros poblacionales	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos	Asistencia y participación	CE13
	4	27				P	Gabriel Ruíz	Estimación por intervalos de confianza	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L	18:30 a 20:30	2	Evaluación y/o examen			CT2
	5	28				P	Gabriel Ruíz	Tipos de muestreo-Tamaños muestrales	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M	16:00 a 18:00	2				
	6	29				P	Gabriel Ruíz	Utilización de software estadístico para la estimación y el muestreo	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M	18:30 a 20:30	2				
	7	30	4			P	Hector Ramos	Técnicas descriptivas multivariantes. Análisis Factorial	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X	16:00 a 18:00	2				
	8	31				P	Hector Ramos	Técnicas de clasificación: Análisis cluster y discriminante	TEÓRICOPRÁCTICAS	noviembre	X	18:30 a 20:30	2				
	9	32				E	Rosaura Fernández Pascual	Herramientas de análisis web	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J	16:00 a 18:00	2				

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesion Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	P/E	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Més	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias
	10	33				E	Rosaura Fernández Pascual	Herramientas de análisis web	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J 14	18:30 a 20:30	2				
	11	34				E	Rosaura Fernández Pascual	Herramientas web para la realización de encuestas online	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L 15	16:00 a 18:00	2				
	12	35				P	Hector Ramos	Evaluación	EVALLACIÓN	Noviembre	L 15	18:30 a 20:30	2				
	13	36				P	Jorge Ollero	Introducción al análisis de correspondencias	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M 16	16:00 a 18:00	2				
	14	37				P	Jorge Ollero	Utilización de software estadístico para el análisis de correspondencias	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M 16	18:30 a 20:30	2				
MIA1	1	38		Salustiano Martínez	Creación y Dirección de Empresas en entornos digitales	P	Salustiano Martínez Fierro	Estrategia empresarial en entornos digitales: Misión, análisis estratégico, objetivos y formulación estratégica.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X 20	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Trabajos en grupo (0-90%)	CB7, CB9
	2	39			Obligatoria	P	Salustiano Martínez Fierro	Estrategia de Comunicación en una empresa pública: Universidad de Cádiz	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X 20	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	Lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG3, CG7, CG8
	3	40				P	Salustiano Martínez Fierro	Títulos legales para crear una empresa y formas jurídicas	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J 21	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Debate o discusión dirigida		CE3, CE5, CE6
	4	41				P	Salustiano Martínez Fierro	Entrepreneurship e intrapreneurship: De la idea a una propuesta de valor de negocio.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J 21	18:30 a 20:30	2		Desarrollo de proyectos		CT2, CT3, CT12, CT14
	5	42	2,5			P	Salustiano Martínez Fierro	Método Canvas y Lean Startup	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L 22	16:00 a 18:00	2		Trabajo en equipo		
	6	43				P	Salustiano Martínez Fierro	El Plan de Empresa en la práctica (Digital Business Plan)	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	L 22	18:30 a 20:30	2				
	7	44				P	Salustiano Martínez Fierro	Gestión de la puesta en marcha de nuevos negocios digitales	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M 23	16:00 a 18:00	2				
	8	45				P	Salustiano Martínez Fierro	Necesidades y fuentes de financiación	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	M 23	18:30 a 20:30	2				
	9	46				P	Salustiano Martínez Fierro		TUTORÍAS	Noviembre	X 27	16:00 a 18:00	2				
M2A3	1	47		Manuel Fernández	Herramientas informáticas para el marketing digital	P	Manuel Fernández Barcell	Tecnología de representación: HTML,...	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	X 27	16:00-18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Resolución de casos prácticos	Examen práctico	CG3, CG6, CG9
	2	48			Obligatoria	P	Manuel Fernández Barcell	Posicionamiento, SEO, SEM	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J 28	18:30- 20:30	2	Preparación y estudio de clases teóricas	Seminarios	Asistencia y participación	CE7
	3	49				P	José Carlos Collado Machuca	Edición digital y prácticas	TEÓRICOPRÁCTICAS	Noviembre	J 28	16:00-18:00	2	Preparación y estudio de clases prácticas	Trabajo en grupo	Trabajos individuales	CT1, CT7
	4	50				P	José Carlos Collado Machuca	Edición digital y prácticas	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	L 2	18:30- 20:30	2	Estudio y preparación de pruebas			
	5	51				P	Manuel Lagüa Bonillo	Prácticas de creación sitios web	PRÁCTICAS	Diciembre	L 2	16:00-18:00	2	Tutorías individuales/grupo			
	6	52				P	Manuel Lagüa Bonillo	Prácticas de creación sitios web	PRÁCTICAS	Diciembre	M 3	18:30- 20:30	2	Evaluación y/o examen			
	7	53				P	Manuel Lagüa Bonillo	Normas y Estándares, Alojamiento, Dominios	PRÁCTICAS	Diciembre	M 3	16:00-18:00	2				
	8	54				P	Manuel Lagüa Bonillo	Web 2.0 Blogs, Redes, Web Semántica y prácticas	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	X 4	18:30- 20:30	2				
	1	65		Jacinto Porro	Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI	P	Miguel Ángel González Sánchez	Democracia y Maestraz Social. Evolución histórica de la democracia. Sistema democrático y medios de comunicación (prensa escrita y medios audiovisuales): una relación necesaria. Cultura política y desafección política de la ciudadanía a lo largo del siglo XX y XXI. Descontento social de la ciudadanía con el sistema democrático contemporáneo (encuestas del CIS).	TEORÍA	Diciembre	X 5	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y prácticas	Clases de teoría	Trabajos individuales	CB7
	2	66				P	Miguel Ángel González Sánchez	Cultura política y desafección política de la ciudadanía a lo largo del siglo XX y XXI. Descontento social de la ciudadanía con el sistema democrático contemporáneo(encuestas del CIS)	TEORÍA	Diciembre	J 6	16:30-20:30	3		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB8
	3	67				P	María Ribón Seisdedos	Introducción a los movimientos sociales. Concepto, formas teóricas de interpretar los movimientos, movimientos sociales y acción social.	TEORÍA	Diciembre	J 6	16:00-18:00	4		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB9
	4	68				P	María Ribón Seisdedos	MMSS Tendencias de los movimientos sociales en el siglo XXI. Movimientos sociales por la democracia, movimientos frente al poder de los mercados.	TEORÍA	Diciembre	M 10	18:30- 20:30	5		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB10
	6	69				P	Miguel Ángel González Sánchez	Transformaciones sociales y marginación social. La ciudadanía contemporánea y la exclusión social. La evolución del concepto de ciudadanía y su relación con las transformaciones sociales, políticas y económicas a lo largo del siglo XX y XXI.	TEORÍA	Diciembre	M 10	16:00-18:00	6		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB11
	6	70				P	Jacinto Porro Gutiérrez		TEORÍA	Diciembre	X 11	18:30- 20:30	7		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB12
	7	71				P	Jacinto Porro Gutiérrez	Crisis económica, políticas públicas y acción colectiva en España. Principales políticas públicas aprobadas por el gobierno de España en tiempos de crisis desde 2007. Acción colectiva y protesta en ese periodo. Actores: las organizaciones sindicales y el movimiento de los "indignados" o 15M.	TEORÍA	Diciembre	X 11	16:00 a 18:00	8		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB13
	8	72				P	Irene López García	Enfoque e imagen del fenómeno de la exclusión social en las campañas de publicidad social.	TEORÍA	Diciembre	J 12	18:30- 20:30	9		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB14
	9	73				P	Carlos Gago Hurtado	Desigualdades y alternativas a la globalización contemporánea. El proceso de globalización desde la Sociología.-Los efectos sociales de la globalización en la sociedad del riesgo: pobreza y desigualdad. Alternativas a la globalización: hacia una cultura híbrida. La integración global y los movimientos sociales.	TEORÍA	Diciembre	J 12	16:00 a 18:00	10		Clases de teoría	Trabajos individuales	CB15
	9	55				P	Manuel Barcell	Prácticas de Posicionamiento Herramientas	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	L 16	18:30- 20:30	2				

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesión Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	PE	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Més	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias
	10	56				P	Manuel Barcell	Herramientas medición	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	L 16	16:00-18:00	2				
	11	57				P	Salvador Gutiérrez	Gestores de contenidos	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	M 17	16:00-18:00	2				
	12	58				P	Salvador Gutiérrez	Gestores de contenidos	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	M 17	18:30-20:30	2				
	13	59	5			P	Sara Balderas	Mailing, Newsletter	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	X 18	16:00-18:00	2				
	14	60				P	Sara Balderas	Prácticas de Mailing y gestores de contenidos	TEÓRICOPRÁCTICAS	Diciembre	X 18	18:30-20:30	2				
	15	61				P	Manuel Laguna Bonillo	Hoja de calculo	TEÓRICOPRÁCTICAS	Enero	X 8	16:00-18:00	2				
	16	62				P	Manuel Laguna Bonillo	Hoja de calculo	TEÓRICOPRÁCTICAS	Enero	X 8	18:30-20:30	2				
	17	63				P	Manuel Laguna Bonillo	Privacidad y Seguridad	TEÓRICOPRÁCTICAS	Enero	J 9	16:00-18:00	2				
	18	64				P	Manuel Laguna Bonillo	Examen y tutorías	EVALUACIÓN	Enero	J 9	18:30-20:30	2				
MDAS	1	74	2.5	J.J. Mier-Terán	Aplicaciones de Marketing Social	P	J.J. Mier-Terán	Evolución y situación actual de las ramas del Marketing	PRÁCTICAS	Enero	L 13	16:00-18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo	CE3, CE4
	2	75			Obligatoria	P	J.J. Mier-Terán	Evolución y situación actual de las ramas del Marketing	PRÁCTICAS	enero	L 13	18:30-20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	locución magistral participativa	Asistencia y participación	CT2, CT6, CT13
	3	76				P	J.J. Mier-Terán	Marketing Social	PRÁCTICAS	enero	M 14	16:00-18:00	2	Tutorías individuales/grupo	Resolución de casos prácticos		
	4	77				P	J.J. Mier-Terán	Marketing Social	PRÁCTICAS	enero	M 14	18:30-20:30	2		Elaboración de trabajos en grupo		
	5	78				P	J.J. Mier-Terán	Casos prácticos de Marketing Social/RSC	PRÁCTICAS	enero	X 15	16:00-18:00	2				
	6	79				P	J.J. Mier-Terán	Casos prácticos de Marketing Social/RSC	PRÁCTICAS	enero	X 15	18:30-20:30	2				
	7	80				E	A. Leal	Casos prácticos de Marketing Social	PRÁCTICAS	enero	J 16	16:00-18:00	2				
	8	81				E	A. Leal	Casos prácticos de Marketing Social	PRÁCTICAS	enero	J 16	18:30-20:30	2				
	9	82				P	J.J. Mier-Terán	Resumen módulo	TUTORÍAS	enero	V 17	16:00-18:00	2				
MDAG	1	83		J.L. Durán	Estrategias de Marketing Digital en la empresa.	P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: estrategia		enero	L 26	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo	CG7
	2	84			Obligatoria	P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: estrategia	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	L 26	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	locución magistral participativa	Asistencia y participación	CG1, CG4, CG7
	3	85				P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: gestión	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	M 21	16:00-18:00	2	Presentación de trabajos	Resolución de casos prácticos	Presentación y defensa de trabajos	CE3, CE11
	4	86				P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: gestión	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	M 21	18:30 a 20:30	2	Actividades complementarias	Trabajo en equipo		CT1, CT9
	5	87				P	José Luis Durán	Gestión de E-Marketing	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	X 22	16:00 a 18:00	2				
	6	88				P	José Luis Durán	SEO	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	X 22	18:30 a 20:30	2				
	7	89				P	José Luis Durán	Fidelización en Internet	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	J 23	16:00 a 18:00	2				
	8	90				P	José Luis Durán	y E-mail marketing	TEÓRICOPRÁCTICAS	enero	J 23	18:30 a 20:30	2				
	9	91				P	José Luis Durán	y E-mail marketing	SEMINARIO	enero	X 23	16:00 a 18:00	2				
	10	92				P	José Luis Durán	y E-mail marketing	SEMINARIO	Enero	X 23	18:30 a 20:30	2				
	11	93				P	José Luis Durán	Análisis web, indicadores fundamentales, analítica redes sociales	TEÓRICOPRÁCTICAS	Enero	J 24	16:00 a 18:00	2				
	12	94				P	José Luis Durán	Análisis web, Google Analytics	TEÓRICOPRÁCTICAS	Enero	J 24	18:30 a 20:30	2				
	13	95				E	Maria del Mar Gallego Espejít	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L 27	16:00 a 18:00	2				
	14	96				E	Maria del Mar Gallego Espejít	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L 27	18:30 a 20:30	2				

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesión Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	PE	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Més	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias
	15	97				E	Rocio Gonzalez Macias	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	M	16:00 a 18:00	2				
	16	98				E	Go-On Consulting	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	M	18:30 a 20:30	2				
	17	99				E	Rocio Gonzalez Macias	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	X	16:00 a 18:00	2				
	18	100	10			E	Go-On Consulting	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	X	18:30 a 20:30	2				
	19	101				E	Rocio Gonzalez Macias	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	J	16:00 a 18:00	2				
	20	102				E	Go-On Consulting	Gestión de Redes sociales	SEMINARIO	Febrero	J	18:30 a 20:30	2				
	21	103				E	Antonio Mariscal Rodriguez	Estrategia y gestión de empresas en internet	Bookingfax	Febrero	L	16:00 a 18:00	2				
	22	104				E	Antonio Mariscal Rodriguez	Estrategia y gestión de empresas en internet	Bookingfax	Febrero	L	18:30 a 20:30	2				
	23	105				E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Febrero	M	16:00 a 18:00	2				
	24	106				E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Febrero	M	18:30 a 20:30	2				
	25	107				E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Febrero	X	16:00 a 18:00	2				
	26	108				E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Febrero	X	18:30 a 20:30	2				
	27	109				E	Miguel Ángel Sánchez	Marketing y posicionamiento de aplicaciones móviles	4Degrees	Febrero	J	16:00 a 18:00	2				
	28	110				E	Miguel Ángel Sánchez	Marketing y posicionamiento de aplicaciones móviles	4Degrees	Febrero	J	18:30 a 20:30	2				
	29	111				E	María del Mar Gallego Espejti	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L	16:00 a 18:00	2				
	30	112				E	María del Mar Gallego Espejti	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L	18:30 a 20:30	2				
	31	113				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	SEMINARIO	Febrero	M	16:00 a 18:00	2				
	32	114				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	SEMINARIO	Febrero	M	18:30 a 20:30	2				
	33	115				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	TEÓRICOPRÁCTICAS	Febrero	X	16:00 a 18:00	2				
	34	116				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	X	18:30 a 20:30	2				
	35	117				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	J	16:00 a 18:00	2				
	35	117				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	J	18:30 a 20:30	2				
	36	118				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	L	18:30 a 20:30	2				
	36	118				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	L	16:00 a 18:00	2				
	36	118				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	M	18:30 a 20:30	2				
	36	118				P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Febrero	M	16:00 a 18:00	2				
MSA7	1	119		David Selva	Comunicación digital	P	José Berenguel	Del anuncio a la comunicación integrada o de 360°	TEÓRICOPRÁCTICAS	Febrero	X	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo	CB6, CB7, CB9
	2	120			Obligatoria	P	José Berenguel	Formatos publicitarios en internet.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Febrero	X	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	lección magistral participativa	Asistencia y participación	CG1, CG2, CG3
	3	121				P	Carmen Silva (o externo)	Relaciones públicas en el entorno online	TEÓRICOPRÁCTICAS	Febrero	J	16:00 a 18:00	2	Presentación de trabajos	Seminarios	Presentación y defensa de trabajos	CE1, CE2, CE11
	4	122				P	Carmen Silva (o externo)	Relaciones públicas en el entorno online	SEMINARIO	Marzo	J	18:30 a 20:30	2	Tutorías individuales/grupo	Resolución de casos prácticos		CT2, CT12
	5	123				E	Carlos Rueda (Neo@Ogilvy)	Estudio de casos.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	M	16:00 a 18:00	2	Actividades complementarias	Debate o discusión dirigidas		
	6	124				E	Carlos Rueda (Neo@Ogilvy)	Estudio de casos.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	M	18:30 a 20:30	2		Trabajo en equipo		

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesión Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	PE	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Més	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias	
	7	125				P	David Selva	La disolución de los formatos tradicionales en internet.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	X	16:00 a 18:00	2					
	8	126				P	David Selva	Convergencia digital y transmedia storytelling. Los narrativos transmedidáticos orientados a la construcción de marca.	CASOS	Marzo	X	18:30 a 20:30	2					
	9	127	5			P	David Selva	Los mensajes híbridos: del product placement al branded content. El pivoting o product linking. El advertisement.	CASOS	Marzo	J	16:00 a 18:00	2					
	10	128				P	David Selva	Around-game advertising, in-game advertising y advergameing. El advergameing. El consumo virtual de la marca en los metaversos. Los alternate reality games (AR). Brand journalism y brandcasting.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	J	18:30 a 20:30	2					
	11	129				P	Lucía Caro	Las redes sociales digitales desde la perspectiva del usuario: el ecosistema. Comunicación comercial no intrusiva en redes sociales.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	L	16:00 a 18:00	2					
	12	130				P	Lucía Caro	Estrategia en el ecosistema 2.0: la integración de medios propios, pagados y ganados en una campaña online.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	L	18:30 a 20:30	2					
	13	131				E	Jorge D. Fernández (VCCP)	Estudio de casos.	CASOS	Marzo	M	16:00 a 18:00	2					
	14	132				E	Jorge D. Fernández (VCCP)	Estudio de casos.	CASOS	Marzo	M	18:30 a 20:30	2					
	15	133				P	Lucía Caro	Recomendaciones en torno a la vitalidad online. El caso de Kony 2012.	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	X	16:00 a 18:00	2					
	16	134				P	Lucía Caro	Aproximación a la web semántica (3.0).	TEÓRICOPRÁCTICAS	Marzo	X	18:30 a 20:30	2					
	17	135				E	Mariona Pacheco (telligent)	Monitorización de marca online	CASOS	Marzo	J	16:00 a 18:00	2					
	18	136				E	Mariona Pacheco (telligent)	Monitorización de marca online	CASOS	Marzo	J	18:30 a 20:30	2					
J.J. Mier-Terán	137				Estrategia	TEÓRICOPRÁCTICAS	p Juan José Mier-Terán	Estrategia			L	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo (30-80%)	CB7	CMS - Adwords - Analytic - Facebook Ads -
Obligatorio	138					TEÓRICOPRÁCTICAS	p Uca				L	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	lección magistral participativa	Asistencia y participación (18-20%)	CG1, CG7	
	139				Investigación Digital	PRÁCTICAS	E Mar Carrillo	Investigación Digital			M	16:00 a 18:00	2	Presentación de trabajos	Seminarios		CE10, CE14	
	140					PRÁCTICAS	E				M	18:30 a 20:30	2	Actividades complementarias	Resolución de casos prácticos		CT1, CT11	
	141				Diseño Gráfico, Foto, Video	PRÁCTICAS	E José Luis Dávila	Diseño gráfico, Foto, Video			X	16:00 a 18:00	2		Trabajo en equipo			
	142					PRÁCTICAS	E				X	18:30 a 20:30	2					
	143				Diseño Web Wordpress	PRÁCTICAS	E Juan Galera	Diseño Web, WordPress			J	16:00 a 18:00	2					
	144					PRÁCTICAS	E				J	18:30 a 20:30	2					
	145				Diseño web Divi	PRÁCTICAS	E Juan Galera	Diseño Web, Divi			V	16:00 a 18:00	2					
	146					PRÁCTICAS	E				V	18:30 a 20:30	2					
	147				HTML, CSS, JQUERY	PRÁCTICAS	E José Luis Domínguez	HTML, CSS, JQUERY			L	16:00 a 18:00	2					
	148					PRÁCTICAS	E				L	18:30 a 20:30	2					
	149				SEO	PRÁCTICAS	E Dani Martel	SEO			M	16:00 a 18:00	2					
	150					PRÁCTICAS	E				M	18:30 a 20:30	2					
	151				CopyWrite	PRÁCTICAS	E Javi Pastor	CopyWriter			X	16:00 a 18:00	2					
	152					PRÁCTICAS	E				X	18:30 a 20:30	2					
	153				PPC	PRÁCTICAS	E Jesús Senin	PPC			J	16:00 a 18:00	2					
	154					PRÁCTICAS	E				J	18:30 a 20:30	2					
	155				Analytic	PRÁCTICAS	E Jesus Senin	Analytic			V	16:00 a 18:00	2					
	156					PRÁCTICAS	E				V	18:30 a 20:30	2					

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela.
 Sesiones del máster 2019-20
 TOTAL CRÉDITOS = 60 48 PRESENCIALES + 12 TRABAJO FIN DE MASTER

Laboratorio 1.2
 Laboratorio de Comunicación
 Edificio Multiservicios
 FCSC
 Campus Universitario de Jerez

Modulo	Sesion Nº	Ses	ECTS	Coord.	Asignatura	PE	Profesorado	Contenidos docentes	Actividades	Más	Di a	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias
		157		Social media	PRÁCTICAS	E	David Abril	Social Media			L #	16:00 a 18:00	2				
		158			PRÁCTICAS	E					L #	18:30 a 20:30	2				
		159		Social Media	PRÁCTICAS	E	David Abril	Social Media			M #	16:00 a 18:00	2				
		160			PRÁCTICAS	E					M #	18:30 a 20:30	2				
		161		Mail Marketing	PRÁCTICAS	E	Javier Bueno	Mail Marketing			X #	16:00 a 18:00	2				
		162			PRÁCTICAS	E					X #	18:30 a 20:30	2				
		163		FUNNEL	PRÁCTICAS	E	Marcial Picó	FUNNEL			J #	16:00 a 18:00	2				
		164			PRÁCTICAS	E					J #	18:30 a 20:30	2				
M7A0	1	165		Lucia Benitez	Comunicación digital en ONL	p	Lucia Benitez	Software libre y tecnología social. Servicios digitales y contenidos abiertos. Procomún, cultura abierta y licencias	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	X	16:00 a 18:00	2				
	2	166			Obligatoria	p	Lucia Benitez	TICs y cambio social. Estructura de redes y movilidad: la cadena de valor de la comunicación	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	J	18:30 a 20:30	2				
	3	167	2,5			E	Teresa Suárez	Comunicación transmedia y 360º en ONL. Estrategia y planificación multimedia: atracción y sinergia. + Práctica	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	J	16:00 a 18:00	2				
	4	168				E	Teresa Suárez	Entretención y comunicación: uso del advertisement o branded content, marketing de contenidos y sus herramientas	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	L	18:30 a 20:30	2				
	5	169				P	Lucia Benitez	Wikinomia y mundo Crowd. La cultura Hacker y la economía social: responsabilidad, sostenibilidad.	SEMINARIO	Abril	L	16:00 a 18:00	2				
	6	170				P	Lucia Benitez	Big Data en el análisis del género, la diversidad cultural y las emociones.	SEMINARIO	Abril	M	18:30 a 20:30	2				
	7	171				p	Lucia Benitez	Innovación social: Design Thinking Lab y Networking	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	M	16:00 a 18:00	2				
	8	172				p	Lucia Benitez	Evaluación de la comunicación: Prácticas	TEORICOPRÁCTICAS	Abril	X	18:30 a 20:30	2				
	9	173				p	Lucia Benitez	Tutoría en grupo	TUTORIA	Abril	X	20:30 a 21:30	2				
			38	TOTAL ES				HORAS PRESENCIALES					390				
		12	TUTOR	TFM	Varios profesores			Trabajo original sobre la materia estudiada	TRABAJO INDIVIDUAL	CURSO							