

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
 Máster en Dirección de Marketing Digital y Social - Coordinador: Prof. José Luis Durán Valenzuela
 Guía docente 2016-17
 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	Día	Horario	Horas	Actividades formativas	Metodologías docentes	Sistema de evaluación	Competencias	APPS QUE SE UTILIZAN	
M1A2	1	1		César Serrano	Instrumentos de marketing y comunicación digital	P	Juan José Mier-Terán	Integración del marketing Digital en las estrategias de Marketing	PRESENTACION	Noviembre	L	16:30 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Trabajo en grupo (30-80%)	CB6		
	2	2			Obligatoria	P	Juan José Mier-Terán	Integración del marketing Digital en las estrategias de Marketing	PRESENTACION	Noviembre	L	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	Lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG1, CG2		
	3	3				E	Alejandro Beneit	Social Media - Geomarketing	SEMINARIO	Noviembre	M	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos		CE1, CE2, CE3		
	4	4				E	Gerente de DSO imaginación S.L.	Neuromarketing	SEMINARIO	Noviembre	M	18:30 a 20:30	2		Elaboración de trabajos en grupo		CT2,CT4		
	5	5	2,5			E	Alberto Alcántara	Seguridad y ventas online	SEMINARIO	Noviembre	X	16:00 a 18:00	2						
	6	6				E	Gerente de Xerintel	Gestión de negocios en internet	SEMINARIO	Noviembre	X	18:30 a 20:30	2						
	7	7				P	César Serrano	Marketing Viral	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	J	16:00 a 18:00	2						
	8	8				P	Miguel Ángel Sánchez	Mobile marketing	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	J	18:30 a 20:30	2						
	9	9				P	César Serrano	Aplicaciones de los instrumentos de marketing digital y social	TUTORIAS	Noviembre	V	16:00 a 18:00	2						
MBA10	1	10		J.J. Mier-Terán	Método científico y técnicas cualitativas	P	Juan José Mier-Terán	El método científico.	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Trabajo en grupo (30-80%)	CB7, CB8, CB9, CB10		
	2	11			Obligatoria	P	Juan José Mier-Terán	Aplicación del método científico.	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	Lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG1, CG7, CG9, CG10		
	3	12				P	Pedro Pablo Marín	Entrevistas en profundidad + Focus group	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	M	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos		CE12, CE13		
	4	13				P	Teresa Fernández	Redacción del trabajo científico, aspectos de contenido	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	M	16:30 a 20:30	2		Elaboración de trabajos en grupo		CT1, CT3, CT4, CT6, C10		
	5	14				P	Pedro Pablo Marín	Observación + Técnicas proyectivas	FOCUS	Noviembre	X	16:00 a 18:00	2						
	6	15				P	Teresa Fernández	Búsquedas bibliográfica y citas.	FOCUS	Noviembre	X	18:30 a 20:30	2						
	7	16	4			P	Paloma López	Anglicismos especializados	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	J	16:00 a 18:00	2						
	8	17				P	Paloma López	Anglicismos especializados	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	J	18:30 a 20:30	2						
	9	18				P	Paloma López	Terminología inglesa en marketing	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	24	16:00 a 18:00	2					
	10	19				P	Paloma López	Terminología inglesa en comunicación	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	24	18:30 a 20:30	2					
	11	20				P	Pedro Pablo Marín	Casos prácticos metodología científica	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	M	24	16:00 a 18:00	2					
	12	21				P	Pedro Pablo Marín	Casos prácticos metodología científica	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	M	24	18:30 a 20:30	2					
	13	22				P	Juan José Mier-Terán	Casos prácticos metodología científica	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	X	24	16:00 a 18:00	2					
	14	23				P	Juan José Mier-Terán	Casos prácticos metodología científica	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	X	24	18:30 a 20:30	2					
								SIN DOCENCIA		Noviembre	J	24							
								SIN DOCENCIA		Noviembre	J	24							
MBA11	1	24		Hector Ramos	Técnicas cuantitativas	P	Hector Ramos	Conceptos básicos de la inferencia estadística	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	24	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clases de teoría	Examen de teoría (10-100%)	CB6, CB7	Statgraphics - SurveyMonkey
	2	25			Obligatoria	P	Hector Ramos	Encuestas. Ficha técnica	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	L	24	18:30 a 20:30	2	Estudio y preparación de pruebas	Lección magistral participativa	Examen práctico (10-100%)	CG1, CG2	
	3	26				P	Gabriel Ruiz	Estimación parámetros poblacionales	TEÓRICO/PRACTICAS	Noviembre	M	24	16:00 a 18:00	2	Tutorías individuales y/o en grupo	Resolución de casos prácticos	Asistencia y participación (10-20%)	CE13	

	8	81			E	A. Leal	Casos prácticos de Marketing Social	PRÁCTICAS	Febrero	M		16:00 a 18:00	2					
	9	82			P	J.J. Mier-Terán	Resumen módulo	TUTORIAS	Febrero	M		18:30 a 20:30	2					
MAG	1	83	J.L. Durán	Estrategias de Marketing Digital en la empresa.	P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: estrategia		Febrero	X		16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo (30-40%)	CB7	Hootsuite - Analytic - Adwords - Facebook y Twitter - Otras RRSS. Blogs, newsletter, etc.
	2	84		Obligatoria	P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: estrategia	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	X		18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG1, CG4, CG7	
	3	85			P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: gestión	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	J		16:00 a 18:00	2	Presentación de trabajos	Resolución de casos prácticos	Presentación y defensa de trabajos (20-30%)	CE8, CE11	
	4	86			P	José Luis Durán	El plan de Marketing Digital: gestión	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	J		18:30 a 20:30	2	Actividades complementarias	Trabajo en equipo		CT1, CT9	
	5	87			P	José Luis Durán	Gestión de E-Marketing	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	L		16:00 a 18:00	2					
	6	88			P	José Luis Durán	SEO	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	L		18:30 a 20:30	2					
	7	89			P	José Luis Durán	Fidelización en Internet	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	M		16:00 a 18:00	2					
	8	90			P	José Luis Durán	y E-mail marketing	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	M		18:30 a 20:30	2					
	9	91			P	José Luis Durán	y E-mail marketing	SEMINARIO	Febrero	X		16:00 a 18:00	2					
	10	92			P	José Luis Durán	y E-mail marketing	SEMINARIO	Febrero	X		18:30 a 20:30	2					
	11	93			P	José Luis Durán	Análítica web, indicadores fundamentales, analítica redes sociales	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	J		16:00 a 18:00	2					
	12	94			P	José Luis Durán	Análítica web, Google Analytics	TEÓRICO/PRACTICAS	Febrero	J		18:30 a 20:30	2					
	13	95			E	María del Mar Gallego Espejito	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L		16:00 a 18:00	2					
	14	96			E	María del Mar Gallego Espejito	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Febrero	L		18:30 a 20:30	2					
	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					
SAN VICENTE FERRER Y DÍA DE ANDALUCÍA																		
	21	103			E	Antonio Mariscal Rodriguez	Estrategia y gestión de empresas en internet	Bookingfax	Marzo	X		16:00 a 18:00	2					
	22	104			E	Antonio Mariscal Rodriguez	Estrategia y gestión de empresas en internet	Bookingfax	Marzo	X		18:30 a 20:30	2					
	23	105			E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Marzo	J		16:00 a 18:00	2					
	24	106			E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Marzo	J		18:30 a 20:30	2					
	25	107			E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Marzo	L		16:00 a 18:00	2					
	26	108			E	Mar Carrillo Moreno	Herramientas de Social Media. Hootsuite, twitter. Monitorización y control		Marzo	L		18:30 a 20:30	2					
	27	109			E	Jorge Galindo Cruces	Marketing y posicionamiento de aplicaciones móviles	47Degrees	Marzo	M		16:00 a 18:00	2					
	28	110			E	Jorge Galindo Cruces	Marketing y posicionamiento de aplicaciones móviles	47Degrees	Marzo	M		18:30 a 20:30	2					

	29	111			E	María del Mar Gallego Espejít	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Marzo	X	16:00 a 18:00	2						
	30	112			E	María del Mar Gallego Espejít	Marketing de contenidos y Gestión de Reputación		Marzo	X	18:30 a 20:30	2						
	31	113			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	SEMINARIO	Marzo	J	16:00 a 18:00	2						
	32	114			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	SEMINARIO	Marzo	J	18:30 a 20:30	2						
	33	115			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	L	16:00 a 18:00	2						
	34	116			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Marzo	L	18:30 a 20:30	2						
	35	117			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Marzo	M	16:00 a 18:00	2						
	36	118			P	José Luis Durán	Herramientas de gestión de E-marketing	CASOS	Marzo	M	18:30 a 20:30	2						
MSA7	1	119	David Selva	Comunicación digital	P	José Berenguel	Del anuncio a la comunicación integrada o de 360°.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	X	16:00 a 18:00	2	Asistencia a clases de teoría y práctica	Clase de teoría	Trabajos en grupo (50-80%)	CB6, CB7, CB9		
	2	120		Obligatoria	P	José Berenguel	Formatos publicitarios en internet.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	X	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG1, CG2, CG3		
	3	121			P	Carmen Silva (o externo)	Relaciones públicas en el entorno online	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	J	16:00 a 18:00	2	Presentación de trabajos	Seminarios	Presentación y defensa de trabajos (10-30%)	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.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	L	16:00 a 18:00	2	Actividades complementarias	Debate o discusión dirigidas				
	6	124			E	Carlos Rueda (Neo@Ogilvy)	Estudio de casos.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	L	18:30 a 20:30	2		Trabajo en equipo				
	7	125			P	David Selva	La disolución de los formatos tradicionales en internet.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	M	16:00 a 18:00	2						
	8	126			P	David Selva	Convergencia digital y transmedia storytelling. Las narrativas transmediáticas orientadas a la construcción de marca.	CASOS	Marzo	M	18:30 a 20:30	2						
	9	127	5		P	David Selva	Los mensajes híbridos del product placement al branded content. El plinking o product linking. El advertisement.	CASOS	Marzo	X	16:00 a 18:00	2						
	10	128			P	David Selva	Around-game advertising, in-game advertising y advergamimg. El advergamimg. El consumo virtual de la marca en los metaversos. Los alternate reality games (ARG). Brand journalism y brandcasting.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	X	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.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	J	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.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	J	18:30 a 20:30	2						
	13	131			E	Jorge D. Fernández (VCCP)	Estudio de casos.	CASOS	Marzo	L	16:00 a 18:00	2						
	14	132			E	Jorge D. Fernández (VCCP)	Estudio de casos.	CASOS	Marzo	L	18:30 a 20:30	2						
	15	133			P	Lucía Caro	Recomendaciones en torno a la viralidad online. El caso de Kony 2012.	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	M	16:00 a 18:00	2						
	16	134			P	Lucía Caro	Aproximación a la web semántica (3.0).	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	M	18:30 a 20:30	2						
	17	135			E	Mariona Pacheco (Itelligent)	Monitorización de marca online	CASOS	Marzo	X	16:00 a 18:00	2						
	18	136			E	Mariona Pacheco (Itelligent)	Monitorización de marca online	CASOS	Marzo	X	18:30 a 20:30	2						
MEAB	1	137	J.J. Mier-Terán	Estrategias de Marketing Digital en ONL	p	Juan José Mier-Terán	Aplicaciones de Marketing Digital en entornos de ONL	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	J	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 - Twitter - Mailchimp	
	2	138		Obligatoria	p	Juan José Mier-Terán	Importancia de las estrategias digitales en las ONL	TEÓRICO/PRACTICAS	Marzo	J	18:30 a 20:30	2	Elaboración de trabajos individuales y/o en grupo	lección magistral participativa	Asistencia y participación (10-20%)	CG1, CG7		
		139			p	Juan José Mier-Terán	Estrategias digitales	EXP. EMPRESARIAL	Abril	L	16:00 a 18:00	2	Presentación de trabajos	Seminarios	Presentación y defensa de trabajos (20-30%)	CE10, CE14		
	3	140			p	Juan José Mier-Terán	Adwords - mailchimp - CMS -	EXP. EMPRESARIAL	Abril	L	18:30 a 20:30	2	Actividades complementarias	Resolución de casos prácticos		CT1, CT11		
	4	141			E	Juan Galera	RRSS	ONG	Abril	M	16:00 a 18:00	2		Trabajo en equipo				
	5	142			E	Juan Galera	Facebook y Twitter	ONG	Abril	M	18:30 a 20:30	2						

	9	173				p	Lucia Benitez	Tutoría en grupo	TUTORIA	Mayo	V	20:30 a 21:30	2						
			48	TOTALES			HORAS PRESENCIALES						346						
			12	TUTOR	TFM		Varios profesores	Trabajo original sobre la materia estudiada	TRABAJO INDIVIDUO	CURSO				TRABAJOS INDIVIDUALES Y PRESENTACIÓN	TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA	TRABAJOS/PRESENTACIÓN	TODAS		