

MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL. CRONOGRAMA 2021/2022

AULA: SEMINARIO 1.6 (EDIFICIO MULTIUSOS). FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Instrumentos de Marketing y Comunicación Digital.	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Cesar Serrano	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Introducción al Marketing Digital	Se tratarán aspectos esenciales a considerar por el alumno en el desarrollo del master	14/10/21	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional / TFM	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	14/10/21	18:30-20:30
DIA 1 / Sesión 2	César Serrano	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	18/10/21	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 1	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	18/10/21	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 2	Alberto Alcántara (externo, CEO Xerintel)	Negocios en internet	Cómo emprender en internet. El caso Xerintel	19/10/21	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 1	Alberto Alcántara (externo, CEO Xerintel)	Negocios en internet	Seguridad en internet. Web, hosting, e-commerce, ssl, etc	19/10/21	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 2	Jose Luis Durán Valenzuela	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	20/10/21	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 1	Jose Luis Durán Valenzuela	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	20/10/21	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 2	Juan Galera (externo)	Planificación estratégica de un proyecto online: marketing digital y social media	De la idea de negocio a la venta. Plan de marketing digital	21/10/21	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 1	Juan Galera (externo)	Planificación estratégica de un proyecto online: marketing digital y social media	El caso Juan Galera. Desarrollo de una marca personal	21/10/21	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 2	Juan Galera (externo)	Planificación estratégica de un proyecto online: marketing digital y social media	El caso Juan Galera. Desarrollo de una marca personal	21/10/21	18:30-20:30
Creación y Dirección de Empresas en Entornos Digitales	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Miguel Angel Montañés Del Río	Miguel Angel Montañés Del Río	Dirección de empresas en entornos digitales	Aplicación y desarrollo del concepto de estrategia al ámbito de las empresas digitales. Planificación empresarial. Competencias digitales.	25/10/21	16:30-18:30
DIA 1 / Sesión 1	Miguel Angel Montañés Del Río	Dirección de empresas en entornos digitales		25/10/21	19:00-21:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Angel Montañés Del Río	Dirección de empresas en entornos digitales		26/10/21	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 1	Miguel Angel Montañés Del Río	Dirección de empresas en entornos digitales		26/10/21	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 2	Julio Segundo Gallardo	El lienzo Canvas	Explicación del modelo Canvas para la obtención del modelo de negocio.	27/10/21	16:30-18:30
DIA 3 / Sesión 1	Julio Segundo Gallardo	El lienzo Canvas		27/10/21	19:00-21:00
DIA 3 / Sesión 2	Pilar Rincón García	Andalucía Emprende y los servicios a emprendedores	Contenido de los distintos servicios a emprendedores y empresarios ofrecidos desde la red de centros Andalucía Emprende de la Junta de Andalucía.	28/10/21	16:30-18:30
DIA 4 / Sesión 1	Pilar Rincón García	Andalucía Emprende y los servicios a emprendedores		28/10/21	19:00-21:00
DIA 4 / Sesión 2	Antonio López-Triviño Junco	Trámites para ser empresario	Repaso por los distintos trámites a seguir para establecerse como empresario según la modalidad jurídica seleccionada.	2/11/21	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 1	Antonio López-Triviño Junco	Trámites para ser empresario		2/11/21	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 2	Antonio López-Triviño Junco	Trámites para ser empresario		2/11/21	18:30-20:30
Herramientas Informáticas para el Marketing Digital	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Manuel Fernández Barcell	Manuel Fernandez Barcell	Tecnologías de representación, HTML	Presentación de la asignatura, Internet,TCP/IP, representación de la información, HTML5, páginas estáticas, páginas dinámicas. Formatos digitales (imagen, audio, video, textos)	3/11/21	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1	Manuel Fernandez Barcell	Normas, Estándares, Licencias	Normas y estándares de Internet. W3C, ISO (8601, 9126, 9241), UNE-EN 301549:2019, XML, JS, Accesibilidad, usabilidad (WCAG). UX Experiencia de Usuario.	3/11/21	18:30-20:30
DIA 1 / Sesión 2	Manuel Lagua Bonillo	Privacidad, accesibilidad y Seguridad	RGPD (en una web), LSSI-CE, seguimientos, ISO 27000, reglamento eprivacy. Seguridad y privacidad: Fingerprint, cookies, 'FLoC' Federated Learning of Cohorts, pixel de seguimiento.	4/11/21	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 1	Manuel Lagua Bonillo	Consideraciones Tecnológicas sobre WEB	Estructura de página. Meta etiquetas. velocidad. NAP CITATION. Enlaces: link JUICE (DoFollow/NoFollow). Autoridad de dominio, de página. Permalink. normas WEB móvil, AMP. Diseño responsive. Páginas de error (404). Redireccionamientos permanente, temporal (301, 302). Taller seguridad. Comprobación cabeceras correos	4/11/21	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 2	Manuel Lagua Bonillo	Consideraciones Tecnológicas sobre WEB			
DIA 3 / Sesión 1	Manuel Fernandez Barcell	Alojamientos y Dominios	Tipos de alojamientos y dominios, plan de alojamiento. Configuración DNS. Recompensas de dominios con autoridad. URL. Taller dominios, proyecto WEB, herramientas de prototipado	8/11/21	16:00-18:00

DIA 3 / Sesión 2	Manuel Fernandez Barcell	Taller: Alojamientos y Dominios	Cpanel. Utilizacion y configuración del alojamiento, creación de un sitio web, dominios, subdominios, internacionalización	8/11/21	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Manuel Fernandez Barcell	WEB Técnico	Buscadores. Gráfico del conocimiento (Knowledge Graph), Open Graph. Posicion cero. WEB semática: (MICRODATOS, RDFa, JSON), Datos estructurados, Datos enriquecidos. Tracking eyes. Taller: SiteMAP, robot.txt, favicon, htaccess. CSS, validadores (W3C,CSS, WAI's).	9/11/21	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Manuel Fernandez Barcell	Taller herramienta WEB	Taller: validaciones y conformidades de estandar, validadores de potencia de servidores WEB, test de velocidad, comprobacion contenidos duplicados. Herramientas Google: Google Search Console, Optimize, Data Studio, alta sitio.	9/11/21	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress	CMS. Instalacion y configuracion LOCAL, remoto.	10/11/21	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress	Usuarios. Post. Página. Categorías. Etiquetas.	10/11/21	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress	Widget. Temas . Plugins. Menús.	11/11/21	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress		11/11/21	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes Básicos	15/11/21	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Constructores Visuales en WordPress	15/11/21	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes específicos: seguridad, RGPD, SEO, redirecciones...	16/11/21	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	16/11/21	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	17/11/21	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	17/11/21	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress/Exámen	Wordpress/Exámen	18/11/21	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Manuel Laguia Bonillo	Wordpress/Exámen	Wordpress/Exámen	18/11/21	18:30-20:30
Método Científico y Técnicas Cualitativas	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Juan José Miér-Terán	Juan José Mier-Terán	El método científico.	Se explican lo fundamentos del método científico. Fuentes secundarias.	22/11/21	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Estructura del trabajo científico	Cómo se organiza el proceso de investigación científica. Se explica surveyMonkey y Trello.	22/11/21	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Pedro Pablo Marín	Técnicas cualitativas de obtención de la información	Clasificación e importancia de las técnicas cualitativas. La entrevista y el focus group. La observación y el análisis de contenidos.. Técnicas proyectivas y de creatividad.	23/11/21	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Pedro Pablo Marín	Técnicas cualitativas de obtención de la información	Tips para afrontar un TFM con éxito	23/11/21	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Análisis de redes mediante N-vivo	24/11/21	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Prácticas de N-vivo	24/11/21	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Paloma López	Terminología inglesa en marketing y publicidad. Anglicismos especializados	How to write an abstract. Academic writing. Tips. Exercises.	25/11/21	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Paloma López	Terminología inglesa en marketing y publicidad. Anglicismos especializados	Brandend content. Personal branding. Storytelling...	25/11/21	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Rafael Cano	Redacción del trabajo científico	Elección del tema, tutor, revisión de normas, gramática, formato, estructura.	29/11/21	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Rafael Cano	Búsquedas bibliográficas y citas	Prácticas de redacción del trabajo científico, búsquedas bibliográficas y citas	29/11/21	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Esther Simancas	Uso de Mendeley en la bibliografía	El uso de la aplicación Mendeley en el trabajo científico.	30/11/21	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Esther Simancas	Presentación y defensa del trabajo científico	Prácticas de Mendeley.	30/11/21	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Diego Gómez	Novedades científicas	Diseño experimental, neurociencia del consumidor, aplicaciones.	1/12/21	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Diego Gómez	Novedades científicas	Evaluación de sitios web mediante test a usuarios, test eye-tracking, identificación de regiones de interés, análisis e interpretación de medidas psicofisiológicas.	1/12/21	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	2/12/21	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	2/12/21	18:30-20:30
Técnicas cuantitativas	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Hector Ramos	Héctor Ramos Romero	Conceptos básicos de inferencia estadística	Este conjunto de sesiones tiene como objetivo que los estudiantes sepan diseñar una ficha técnica de una encuesta de opinión lo que requiere conocimientos de básicos de inferencia estadística: parámetro a estimar; estimador puntual; intervalo de confianza; error en la estimación; tamaño muestral; técnicas de muestreo, conceptos todos ellos que se abordan a lo largo de estas primeras sesiones. La última sesión se dedica a la utilización de software estadístico para la resolución de casos prácticos	13/12/21	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1	Héctor Ramos Romero	Encuestas. Ficha técnica		13/12/21	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Gabriel Ruíz Garzón	Estimación de parámetros poblacionales		14/12/21	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Gabriel Ruíz Garzón	Estimación por intervalos de confianza		14/12/21	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Gabriel Ruíz Garzón	Tipos de muestreo y tamaños muestrales		15/12/21	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Gabriel Ruíz Garzón	Utilización de software estadístico		15/12/21	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Alberto Sánchez Alzola	Técnicas de análisis multivariante	Breve introducción a las técnicas estadísticas multivariantes: análisis factorial, análisis clúster y análisis discriminantes, para el análisis de datos. Aplicación a casos prácticos	16/12/21	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Aplicación de las técnicas al análisis de datos		16/12/21	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Raúl Páez Jiménez	Elaboración de encuestas online	Introducción al manejo del software libre Lime Survey para la elaboración de cuestionarios online, así	20/12/21	16:00-18:00

DIA 5 / Sesión 2	Raúl Páez Jiménez	Elaboración de caso práctico	como la introducción a la utilización de la plataforma Google Forms	20/12/21	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Jorge Ollero Hinojosa	Introducción al análisis de correspondencias	Breve introducción al análisis de correspondencia como técnica multivariante en el caso de variables	21/12/21	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Jorge Ollero Hinojosa	Aplicación de las técnica al análisis de datos	cualitativas. Aplicación a casos prácticos	21/12/21	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Héctor Ramos Romero	Exposiciones/debate de trabajos en grupo	Defensa de trabajos grupales propuestos a los estudiantes en las sesiones anteriores. Tutoría para	22/12/21	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Héctor Ramos Romero	Exposiciones/debate de trabajos en grupo	correcciones y mejoras y evaluación final para correcciones y mejoras y evaluación final.	22/12/21	18:30-20:30
Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Jacinto Porro DIA 1 / Sesión 1	María Antonia Ribón Seisdedos	Introducción a los movimientos sociales. Reflexiones para el marketing social.	Esta sesión presenta a los movimientos sociales como un gran referente o marco contextual del marketing social y plantea las principales características y dinámicas del marketing de los movimientos sociales. Incluye: concepto, objetivos, características e interpretaciones teóricas de los movimientos; relación con el marketing; campañas y contracampañas; factores de éxito.	10/1/22	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	María Antonia Ribón Seisdedos	Particularidades del marketing digital de los movimientos sociales.	Esta sesión explora el contexto y las particularidades del marketing digital de los movimientos sociales. Incluye: segmentación de las redes y polarización social; complementariedad de espacios de acción (movimental); conceptos y dinámicas específicas (ciberactivismo, activismo de click, identidad digital, engagement de los movimientos,...).	10/1/22	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Miguel Ángel González Sánchez	Introducción a la Asignatura "Tendencias, procesos y problemas sociales en la sociedad del siglo XXI"	En esta sesión se pretende ubicar al alumnado con nuestra disciplina "Sociología", es decir, la parte social del Marketing Digital y Social. Para ello de forma práctica y por grupos se buscarán y analizarán las distintas características de los tres conceptos que dan título al Master: Marketing, Digital y Social. Tendrán que relacionar las características de cada concepto con el resto de conceptos. Una vez expuestas las características se obtendrán distintas definiciones por cada grupo, y entre todos/as se elaborará la definición del Marketing Digital y Social. Por experiencia de otros años el alumnado hasta que no realiza esta dinámica, no entiende y une la parte social con el Marketing Digital. Se finalizará con una exposición general de las características de la Sociedad Actual, que dará paso a la siguiente sesión de otro compañero que abordará la Globalización.	11/1/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Carlos Gago Hurtado	El proceso de la globalización desde la Sociología	En esta sesión se pretende proporcionar al alumno/a del Máster, una visión de la globalización desde la perspectiva sociológica, que integra: las aportaciones teóricas sociológicas sobre la globalización; sus efectos sociales como proceso; y finalmente se presentarán propuestas frente a la globalización, como la hibridación cultural, y los movimientos de carácter asociativo.	11/1/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Miguel Ángel González Sánchez	Las características del cliente social y las estrategias de Manipulación	En esta sesión nos acercaremos a los perfiles que definen al consumidor y cliente social de forma general. Además en una segunda exposición descubriremos las estrategias de manipulación de masas, y se realizará una práctica donde tendrán que buscar ejemplos de éstas y se expondrán y debatirán para su mejor entendimiento.	12/1/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Miguel Ángel González Sánchez	Claves del Marketing hoy: un punto de vista desde la Sociología de las Organizaciones	En esta sesión se pretende acercar al alumnado a los cambios que se están produciendo internamente en las empresas, y que afectan al Marketing. Una vez entendido dicho proceso de Integración, y entendidos los procesos de las nuevas tecnologías, la gestión de datos y la gestión de contenidos. Finalizaremos analizando las características del profesional del Marketing, y cuál será su papel dentro de la empresa de hoy.	12/1/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Eva Bermúdez Figueroa	Riesgos sociales en el siglo XXI. Una mirada desde los medios y el marketing social	Transformaciones sociales en las sociedades actuales. La ciudadanía contemporánea y la exclusión social. Relación con las transformaciones sociales, políticas y económicas a lo largo del siglo XX XXI.	13/1/22	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Eva Bermúdez Figueroa	Riesgos sociales en el siglo XXI. Una mirada desde los medios y el marketing social	Tendencias sociales y consumo desde la sociología. La exclusión social. Definición y elementos constitutivos. Grupos/colectivos en riesgo de exclusión. Riesgos derivados del cambio social	13/1/22	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Eva Bermúdez Figueroa	Riesgos sociales en el siglo XXI. Una mirada desde los medios y el marketing social	Práctica: Análisis de las estrategias utilizadas a través de las redes sociales.	17/1/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Eva Bermúdez Figueroa	Riesgos sociales en el siglo XXI. Una mirada desde los medios y el marketing social	Práctica: Análisis de las estrategias utilizadas a través de las redes sociales.	17/1/22	16:00-18:00
Aplicaciones de Marketing Social	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador Juna José Mier-Terán DIA 1 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Marketing y Marketing Social	El Marketing No Lucrativo (Adobe comp, Layout, Enlight).	18/1/22	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Marketing y Marketing Social	Marketing Social y marketing digital aplicado a temas sociales (Fyuse).	18/1/22	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Marketing y Marketing Social	Herramientas de Marketing social (Quick, Filmic pro.	19/1/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Marketing y Marketing Social	Modelo de planificación y gestión de campañas de marketing social (compresores de foto)	19/1/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Campañas sociales (Virtual Box).	20/1/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Estudio de Facebook para campañas sociales (Fanpage Karma).	20/1/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Análisis de Twitter en campañas sociales.	24/1/22	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Prácticas de social media.	24/1/22	18:30-20:30

DIA 5 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	25/1/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	25/1/22	18:30-20:30
Estrategia de Marketing Digital en la Empresa	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: José Luis Durán DIA 1 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional / TFM	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	26/1/22	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional / TFM	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	26/1/22	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	El plan de marketing digital	El análisis de la situación. El entorno general, entorno cercano	31/1/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	El plan de marketing digital	Estrategias de marketing digital en la práctica	31/1/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	El plan de marketing digital	Modelos de negocio en marketing digital	1/2/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	El plan de marketing digital	Los elementos de gestión del marketing digital	1/2/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	Estrategias de Marketing Digital	Estrategias de captacion de clientes para páginas web en la práctica	2/2/22	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	Estrategias de Marketing Digital	Estrategias de captacion de clientes para páginas web en la práctica	2/2/22	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	Estrategias de Marketing Digital	Comercio electrónico	3/2/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	Estrategias de Marketing Digital	Gestión de clientes en el comercio electrónico	3/2/22	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	Posicionamiento en buscadores	Elementos del posicionamiento en buscadores. SEO	7/2/22	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	Posicionamiento en buscadores	Investigación de palabras clave	7/2/22	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	Posicionamiento en buscadores	Optimización del SEO onpage	8/2/22	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	Posicionamiento en buscadores	Optimización del SEO offpage	8/2/22	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela	Conversiones	Optimización de conversiones en páginas web	9/2/22	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela	Conversiones	Optimización de textos para incrementar las ventas	9/2/22	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	César Serrano	Marketing Viral	Concepto, técnicas virales y planificación de campañas virales	10/2/22	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Marketing móvil	Concepto y herramientas de marketing móvil: localización, proximidad, app, advergaming, etc.	10/2/22	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Manuel Corchado	Photoshop: Iniciación a Photoshop	Iniciación a Photoshop. Herramientas y ventanas básicas.Prácticas	14/2/22	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Manuel Corchado	Photoshop: Vectores e imágenes.	Vectores e imágenes. Capas y canales. Prácticas.	14/2/22	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Manuel Corchado	Photoshop: Concepto de resolución.	Concepto de resolución. Formatos de imágenes.Prácticas	15/2/22	16:00-18:00
DIA 11 / Sesión 2	Manuel Corchado	Photoshop: Gráficas	Dimensiones de gráficas para social media. Prácticas	15/2/22	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	Manuel Corchado	Photoshop: Canales	Canales vs capas. Máscara de capa vs máscara de recorte. HDR vs ORTON.Prácticas	16/2/22	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	Manuel Corchado	Photoshop: Retoques	Herramientas de retoque: tampón clonar, pincel corrector y parche.Prácticas. Evaluación final.	16/2/22	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	Manuel Corchado	Illustrator: Iniciación a Illustrator.	Iniciación a Illustrator. Herramientas y ventanas básicas.Prácticas	17/2/22	16:00-18:00
DIA 13 / Sesión 2	Manuel Corchado	Illustrator: Creación de logotipos vectoriales.	Creación de logotipos vectoriales, Creación de tríptico corporativo y su preimpresión. Herramientas y ventanas básicas. Prácticas. Evaluación final.	17/2/22	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Lucía del Castillo	Publicidad. Cómo conseguir tus objetivos de marketing	Aumenta la notoriedad de tu marca con google ads	21/2/22	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Lucía del Castillo	Campañas de Búsqueda	Campañas de Búsqueda con google ads	21/2/22	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Lucía del Castillo	Optimizar campañas de búsqueda	Optimizar campañas de búsqueda de google ads. Pasos en la optimización	22/2/22	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Lucía del Castillo	Campañas de display	Campañas de display con google ads	22/2/22	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	Lucía del Castillo	Campañas de vídeos	Campañas de vídeos. Campañas de publicidad en youtube y google ads	23/2/22	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	Lucía del Castillo	Campañas de Shopping	Campañas de Shopping. Anuncios de catálogo de productos en google	23/2/22	18:30-20:30
DIA 17 / Sesión 1	Lucía del Castillo	Campañas inteligentes	Implementar campañas automatizadas en google ads	24/2/22	16:00-18:00
DIA 17 / Sesión 2	Lucía del Castillo	Medición de resultados	Medición y análisis de la información	24/2/22	18:30-20:30
DIA 18 / Sesión 1	Jose Luis Durán Valenzuela	Práctica de plan de marketing	Práctica del plan de marketing	2/3/22	16:00-18:00
DIA 18 / Sesión 2	Jose Luis Durán Valenzuela	Práctica del plan de marketing	Práctica del plan de marketing	2/3/22	18:30-20:30
DIA 19 / Sesión 1	Jose Luis Durán Valenzuela	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo.	3/3/22	16:00-18:00
DIA 19 / Sesión 2	Jose Luis Durán Valenzuela	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo.	3/3/22	18:30-20:30
DIA 20 / Sesión 1	Jose Luis Durán Valenzuela	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo.	7/3/22	16:00-18:00
DIA 20 / Sesión 2	Jose Luis Durán Valenzuela	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo.	7/3/22	18:30-20:30
Comunicación Digital	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Francisco J. Godoy. DIA 1 / Sesión 1	Francisco Javier Godoy	Bidireccionalidad y simetría en la comunicación organizacional en redes sociales. ¿Difusión o diálogo?	Partimos de los modelos de relaciones públicas de Grunig para relacionar el simétrico bidireccional y el de motivación mixta con el tipo de comunicación que idealmente debería llevarse a cabo en las redes sociales. Se propone al alumnado una reflexión para implementar posibles acciones que fomenten esa bidireccionalidad y simetría, no solo en apariencia, sino real.	8/3/22	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Francisco Javier Godoy	Bidireccionalidad y simetría en la comunicación organizacional en redes sociales. ¿Difusión o diálogo?		8/3/22	18:30-20:30

DIA 2 / Sesión 1	Lucía Caro	Redes sociales y viralidad	Partiendo de algunas ideas esenciales sobre las redes sociales como medio (social super ego, audiovisualización, ecosistema de medios y la importancia del algoritmo), esta ponencia aborda los diferentes tipos de perfiles que las empresas pueden adoptar en sus redes sociales y se ofrece una serie de ideas y recomendaciones para conseguir la viralidad de los contenidos. Asimismo, se propone un análisis sobre los nuevos prescriptores en redes sociales y formas de colaboración con ellos. Por último, se trata la evolución de las plataformas sociales y de la relación usuario-consumidor, planteando también algunas prácticas poco recomendables, como el astroturfing.	9/3/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Lucía Caro	Redes sociales y viralidad		9/3/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Lucía Caro	Redes sociales y viralidad		10/3/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Lucía Caro	Redes sociales y viralidad		10/3/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Guadalupe Meléndez	Gestión de la reputación en el ámbito digital	Esta ponencia abarca conceptos fundamentales para la gestión de la reputación corporativa online. En ella se aborda la importancia de los activos intangibles como fuente de ventaja competitiva de las empresas y se hace un análisis de las características de la reputación corporativa y su gestión a través del modelo de comunicación en espiral. A continuación, se analiza la evolución de la figura del DIRCOM ante la comunicación digital y la importancia que para las pymes tiene la gestión de la reputación online y el mapa de públicos como herramienta básica para diseñar planes de comunicación.	14/3/22	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Guadalupe Meléndez	Gestión de la reputación en el ámbito digital		14/3/22	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Antonio Macarro	La investigación online como estrategia de comunicación	La investigación es una etapa fundamental para las campañas de comunicación, tanto en su fase previa como en el momento de la evaluación. Por ello, esta sesión aborda el análisis de fuentes secundarias, el webscraping, la monitorización de competidores y la escucha activa como métodos para analizar el entorno de la organización y algunas herramientas para llevarlos a cabo. Por otra parte, se ofrecen algunas recomendaciones para elaborar un plan de Social Media y algunos recursos útiles para profesionales.	15/3/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Antonio Macarro	La investigación online como estrategia de comunicación		15/3/22	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	David Selva	Creatividad y nuevos fenómenos y tendencias en el ámbito de la comunicación digital	Esta ponencia profundiza en el nuevo escenario al que se enfrentan la publicidad y la comunicación comercial en el entorno online. Ante este escenario, se presenta un análisis de las tendencias en publicidad y comunicación, abordando el branded content y sus diferentes modalidades (de entretenimiento, informativo o editorial, brand utility, storydoing, product placement inverso), así como la importancia del uso de datos en la creatividad publicitaria. Por último, se trata el tema del crowdsourcing y la comunicación colaborativa.	16/3/22	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	David Selva	Creatividad y nuevos fenómenos y tendencias en el ámbito de la comunicación digital		16/3/22	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Guadalupe Meléndez	Gestión de la reputación en el ámbito digital	Esta ponencia abarca conceptos fundamentales para la gestión de la reputación corporativa online. En ella se aborda la importancia de los activos intangibles como fuente de ventaja competitiva de las empresas y se hace un análisis de las características de la reputación corporativa y su gestión a través del modelo de comunicación en espiral. A continuación, se analiza la evolución de la figura del DIRCOM ante la comunicación digital y la importancia que para las pymes tiene la gestión de la reputación online y el mapa de públicos como herramienta básica para diseñar planes de comunicación.	17/3/22	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Guadalupe Meléndez	Gestión de la reputación en el ámbito digital		17/3/22	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Paloma Sanz	Enfoque digital de las estrategias de branding. Tendencias para dirigirse a los consumidores en el plano digital: prosumers, insight y nuevas audiencias.	Esta sesión propone una reflexión sobre el branding en el entorno digital para abordar el tema de la segmentación a partir de las subculturas de consumo, comunidades de marca y tribus consumidoras.	21/3/22	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Paloma Sanz	Enfoque digital de las estrategias de branding. Tendencias para dirigirse a los consumidores en el plano digital: prosumers, insight y nuevas audiencias.		21/3/22	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Ana Medina	Detrás de las redes sociales y de la comunicación musical	Ana Medina es una profesional de la comunicación digital especializada en la industria musical. Ha trabajado con artistas de la talla de Sidecars, Álex Ubago o Guitarricadela fuente y para festivales como el Sonorama Ribera. Por ello, esta sesión se plantea con el objetivo de ofrecer al alumnado un estudio de caso de comunicación digital especializada en un sector, a través de la experiencia de la ponente. En ella, se abordan los pasos previos para gestionar las redes sociales de un grupo de música o artista, el ciclo de lanzamiento de discos o singles y su influencia en la planificación de la comunicación, algunas herramientas para la gestión de redes sociales y las tareas básicas de un Community Manager de un	22/3/22	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Ana Medina	Detrás de las redes sociales y de la comunicación musical		22/3/22	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Francisco Javier Godoy	Relaciones con los medios de comunicación en la era 2.0	Aunque suele decirse que las relaciones con los medios no lo es todo, esta sigue siendo una actividad fundamental para las agencias de comunicación y muy demandada por los clientes. Sin embargo, en el mundo online es necesario que estas relaciones también se adapten. Por ello, en esta sesión se abordan los principales cambios en dos herramientas básicas de relaciones con medios (notas de prensa y ruedas de prensa) y se aborda la evolución desde las salas de prensa virtuales hacia el periodismo de marca y el incipiente fenómeno de hibridación entre creadores de contenidos y periodistas, así como el podcast corporativo.	23/3/22	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Francisco Javier Godoy	Relaciones con los medios de comunicación en la era 2.1		23/3/22	18:30-20:30
Estrategia de Marketing Digital en las ONL	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Juan José Mier-Terán DIA 1 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Estrategias de MkDig en ONL	Se explica el proceso completo de elaboración de una estrategia de marketing digital para una campaña social (Google Tag Manager).	24/3/22	16:00-18:00

DIA 1 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Estrategias de MkDig en ONL	Qué es el marketing digital y para que se utiliza en el contexto social. Elementos esenciales que debe dominar un experto en marketing digital.	24/3/22	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Investigación de mercados en el ámbito digital	Investigación de mercados en el ámbito digital	25/3/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Investigación de mercados en el ámbito digital	Investigación de mercados en el ámbito digital	25/3/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán	Estrategias de MkDig en ONL	Mercado de marketing digital.	28/3/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán	Estrategias de MkDig en ONL	Se recuerdan conceptos de marketing para alumnos que provienen de otras titulaciones.	28/3/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Juan Galera	Diseño Web - Wordpress	Se crea un servidor local (Xampp) y se instala wordpress, los plugings fundamentales y el constructor visual de Divi.	29/3/22	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Juan Galera	Diseño Web - Wordpress	Se crea un servidor local (Xampp) y se instala wordpress, los plugings fundamentales y el constructor visual de Divi.	29/3/22	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Juan Galera	Prestashop	Se instala un Prestashop en el servidor local y se analizan sus funciones.	30/3/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Juan Galera	Woocommerce	Se instala Woocommerce en wordpress	30/3/22	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	María Plata	Diseño gráfico, fotografía y vídeo web	Se explican recursos para crear y editar fotografías y vídeos web. Se explica el proceso básico de diseño gráfico (Openshot videoeditor, Pixlr, Canva).	31/3/22	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	María Plata	Diseño gráfico, fotografía y vídeo web	Se explican recursos para crear y editar fotografías y vídeos web. Se explica el proceso básico de diseño gráfico (Openshot videoeditor, Pixlr, Canva).	31/3/22	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	José Luis Domínguez	HTML-CSS-JQUERY	Se explica cómo ayudarse en la creación de una web con elementos de HTML, JQuery y CSS (editores de HTML).	4/4/22	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	José Luis Domínguez	HTML-CSS-JQUERY	Se explica cómo ayudarse en la creación de una web con elementos de HTML, JQuery y CSS (editores de HTML).	4/4/22	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Luis Manuel Rodríguez	SEO	La estrategia adecuada de SEO para una ONG (Screaming Frog).	5/4/22	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Luis Manuel Rodríguez	SEO	Checklist de un proyecto de SEO (Keyword surfer).	5/4/22	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Luis Manuel Rodríguez	SEO	Fichas y directorios (Seoquake).	6/4/22	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Luis Manuel Rodríguez	SEO	Herramientas de SEO. Glosarios de terminos (SEO Minion).	6/4/22	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Jesus Senin	Analytic	Utilidad y manejo de Google analytic.	7/4/22	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Jesus Senin	Analytic	Cómo realizar campañas utilizando Google ads.	7/4/22	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Jesús Senin	Analytic	Procesos de automatización de campañas (Hotjar).	18/4/22	16:00-18:00
DIA 11 / Sesión 2	Jesús Senin	Analytic	Mapas de calor Dashboards personalizables	18/4/22	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	David Abril	Social Media	Se analiza la creación y mantenimiento de redes sociales para una ONL.	19/4/22	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	David Abril	Social Media	Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube (Hootsuite).	19/4/22	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	David Abril	Social Media	Estrategias para conseguir tráfico desde las RRSS	20/4/22	16:00-18:00
DIA 13 / Sesión 2	David Abril	Social Media	Gestión de Redes integradas	20/4/22	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Javier Bueno	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a traves de Mailchimp	21/4/22	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Javier Bueno	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a traves de Mailchimp	21/4/22	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Marcial Picó	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología.	25/4/22	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Marcial Picó	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología.	25/4/22	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	Fran Bohorquez	Aplicaciones web complementarias	Amazon webservice. Microsoft azure. Apple services. Búsquedas especiales en Google.	26/4/22	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	Fran Bohorquez	Aplicaciones web complementarias	Modelo SAAS... Software as a service. Plataforma de servicios de Google. Amazon webserver (Getapp, alternativeto, Slack, Zoom, Wetransfer, etc.).	26/4/22	18:30-20:30
Comunicación Digital para ONL	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinadora: Lucía Benítez Eyzaguirre	Lucía Benítez Eyzaguirre	Innovación social: DesignThinking	Innovación social en la organización de las ONL. Innovación social digital. Laboratorios ciudadanos. Metodologías y herramientas digitales para la innovación social y Design Thinking. Emprendimiento social	27/4/22	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Software libre, contenidos abiertos. Procomún	Software libre como contexto tecnológico de las ONL. Filosofía del software libre y de la cultura hacker. Open Source. Licencias y herramientas. Procomún. Movimiento maker	27/4/22	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Teresa Suárez Martín	Comunicación transmedia en ONL. Estrategia y planificación multimedia	La economía de la atención. Estrategia multimedia y transmedia. Transmedia storytelling. El vídeo en las estrategia transmedia. Estudio de casos	28/4/22	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Teresa Suárez Martín	Entretenimiento y comunicación: advertainment o branded content, marketing de contenidos	Metodología Inbound para ONL. Branded Content y su estrategia. Avergaming. Herramientas de trabajo, seguimiento y evaluación de la comunicación	28/4/22	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Comunicación digital y cambio social.	Comunicación digital y cambio social: la evolución de la web. Las leyes del mundo digital	3/5/22	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Redes sociales: Estructura de redes y movilidad	Teoría de redes: redes de mundo pequeños, redes aleatorias y redes de libre configuración. Análisis de redes sociales. Sistemas emergentes	3/5/22	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Comunidad y colaboración: la economía social en el mundo digital. Wikinomia y mundo Crowd. Cultura Hacker	Crowdsourcing como economía social, inteligencia colectiva, innovación abierta. Wikinomia y economía colaborativa. Herramientas colaborativas.	4/5/22	16:00-18:00

DIA 4 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Open Data, formatos y técnicas. Género y activismo de datos	Big Data y Open Data. Estrategias de visualización de la información. Análisis de la información desde la perspectiva de género. Activismo de datos como estrategia de comunicación	4/5/22	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Caso práctico: Todos con casa y Click House	Caso práctico de Innovación social y emprendimiento social. De la ONL a la empresa social.	5/5/22	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Sesión de trabajo sobre el caso práctico. Tutoría		5/5/22	18:30-20:30