MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL. CRONOGRAMA 2024/2025

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: Esther Simancas DIA 1 / Sesión 1	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Introducción al Marketing Digital. Orientación académica y profesional / TFM	Se tratrán espectos esenciales a considerar por el alumno en el desarrollo del master.Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	21/10/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	21/10/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	César Serrano	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	22/10/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	César Serrano	Tendencias actuales en la comunicación publicitaria	Introducción al marco de la comunicación digital y las nuevas formas de comunicación. Conceptos de Comunicación Digital.	22/10/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Lucia Benitez	Evolución de la web. Tipos de web. Teoría de redes	A partir de la evolución de la web, se diferencian los tipos de páginas y su influencia en la socialidad y el conocimiento. La teoría de redes presenta los tipos de comunicación y vínculos que se mantienen en el social media.	23/10/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Lucia Benitez	Taller de redes: mundo pequeño y redes aleatorias	Práctica sobre el funcionamiento de los tipos de redes en la creación de comunidad y el	23/10/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Lucia Benitez	Cookies y perfiles psicográficos. Algoritmos	Se presenta el funcionamiento e información de las cookies, así como el uso que se le da para la segmentación psicográfica. Se explica el funcionamiento de los algoritmos en	24/10/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Lucia Benitez	Taller de algoritmos y perfiles psicográficos	Práctica sobre el funcionamiento de los algoritmos a partir de las cookies y su uso en la segmentación psicográfica.	24/10/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Estheer Simancas	El paradigma de la comunicación actual. La comunicación digital	Introducción al marco de la comunicación digital y las nuevas formas de comunicación. Conceptos de	28/10/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Estheer Simancas	El paradigma de la comunicación actual. La comunicación digital	Introducción al marco de la comunicación digital y las nuevas formas de comunicación. Conceptos de Comunicación Digital.	28/10/24	18:30-20:30
Método Científico y Técnicas Cualitativas	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**
Coordinador: Diego Gómez Carmona DIA 1 / Sesión 1	Diego Gómez	El método científico.	Se explican lo fundamentos del método científico. Fuentes secundarias	29/10/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Diego Gómez	Estructura del trabajo científico	Cómo se organiza el proceso de investigación científica.	29/10/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Esther Simancas	Uso de Mendeley en la bibliografía	El uso de la aplicación Mendeley en el trabajo científico. Clases prácticas	30/10/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Esther Simancas	Presentación y defensa del trabajo científico	Presentación y defensa del TFM	30/10/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Rafael Cano	La aplicación del análisis de contenido en la investigación de las redes sociales	Se explicará el proceso de realización del análisis de contenido en las redes sociales de manera práctica, con la correspondiente categorización de los contenidos que se pudieran encontrar, dependiendo la temática de interés de cada alumno. Posteriormente, en la segunda parte de la sesión, se procederá a la interpretación de los datos obtenidos, adaptando la sesión a cada alumno.	31/10/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Rafael Cano	La aplicación del análisis de contenido en la investigación de las redes sociales	Se explicará el proceso de realización del análisis de contenido en las redes sociales de manera práctica, con la correspondiente categorización de los contenidos que se pudieran encontrar, dependiendo la temática de interés de cada alumno. Posteriormente, en la segunda parte de la sesión, se procederá a la interpretación de los datos obtenidos, adaptando la sesión a cada alumno.	31/10/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Diego Gómez	Novedades científicas	Diseño experimental, neurociencia del consumidor, aplicaciones	4/11/24	16:00-18:00
DIA 4 / 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	4/11/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Análisis de redes mediante N-vivo	5/11/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Prácticas de N-vivo	5/11/24	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Antonio Mateo	Técnicas cualitativas de obtención de la información	Clasificación e importancia de las técnicas cualitativas. La entrevista y el focus group. La observación y las técnicas proyectivas y de creatividad	6/11/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Antonio Mateo	Técnicas cualitativas de obtención de la información	Técnicas cualitativas II	6/11/24	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Jose Miguel Mota	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	7/11/24	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Jose Miguel Mota	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	7/11/24	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Diego Gómez	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	11/11/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Diego Gómez	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	11/11/24	18:30-20:30
Técnicas cuantitativas	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**

Coordinador: Alberto Sánchez Alzola DIA 1 / Sesión 1	Alberto Sánchez Alzola	Métodos cuantitativos: Preliminares	Introducción a los métodos cuantitativos en el contexto del Marketing Digital. Breve descripción de los contenidos de la asignatura y visión global del proceso de análisis de datos (obtenidos	12/11/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Encuestas y ficha técnica. Software estadístico	Se darán los conocimientos básicos sobre Survey data analysis, incluyendo la descripción de la	12/11/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Pepa Ramírez Cobo	Elaboración de encuestas online	Introducción a las herramientas Google Forms y Lime Survey.	13/11/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Pepa Ramírez Cobo	Análisis de casos prácticos con SPSS	Uso de SPSS para análisis exploratorio de datos de interés en Marketing digital (obtenidos del	13/11/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Gabriel Ruíz Garzón	El problema del cálculo del número de encuestas y el error de	Incidiremos en la importancia de las técnicas de inferencia paramétrica, los intervalos de	14/11/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Gabriel Ruíz Garzón	Aplicación a casos prácticos utilizando software estadístico R.	Resolución de casos prácticos. Utilización de software estadístico R	14/11/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Gabriel Ruíz Garzón	Métodos de encuestación y el cuestionario	Veremos el plan de la encuesta con los distintos métodos de encuestación y la realización del	18/11/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Gabriel Ruíz Garzón	Tipos de muestreo: Aplicación	Estudiaremos los tipos de muestreo no probabilístico y probabilístico: Aleatorio simple, estratificado , por conglomerados, sistemático,... con una aplicación.	18/11/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Carmen Ana Domínguez	Técnicas de aprendizaje estadístico: Regresión lineal múltiple	Técnicas de regresión y clasificación para el análisis de bases de datos relacionadas con el	19/11/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Carmen Ana Domínguez Bravo	Técnicas de aprendizaje estadístico: Técnicas de clasificación con R	marketing. La explicación de cada una de las técnicas se realizará con el apoyo de casos prácticos. De esta forma se irán introduciendo desde la práctica los conceptos teóricos involucrados. Utilizaremos como herramienta estadística el programa R.	19/11/24	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Alberto Sánchez Alzola	Técnicas de aprendizaje estadístico: Análisis factorial con SPSS	Breve introducción a las técnicas estadísticas multivariantes: análisis factorial y análisis clúster. Introducción a las bases de datos institucionales: Instituto Nacional de Estadística, Centro de Investigaciones Sociológicas, Instituto de Cartografía y Estadística de Andalucía y EUROSTAT.	20/11/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Técnicas de aprendizaje estadístico: Análisis clúster con SPSS	Uso de base de datos de Kaggle Churn dataset.Aplicación a casos prácticos utilizando el software SPSS.	20/11/24	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Alberto Sánchez Alzola	Exposiciones/debate de trabajos en grupo	Defensa de trabajos grupales propuestos a los estudiantes en las sesiones anteriores. Tutoría para correcciones y mejoras y evaluación final para correcciones y mejoras y evaluación final	21/11/24	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Exposiciones/debate de trabajos en grupo		21/11/24	18:30-20:30

Comunicación Digital	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Francisco Javier Godoy DIA 1 / Sesión 1	Guadalupe Meléndez	Lenguaje audiovisual	Se dedicará la sesión a profundizar sobre los aspectos clave del lenguaje audiovisual.	25/11/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2				25/11/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Francisco Javier Godoy	Vídeo corporativo	Se analizará la importancia que tienen hoy en día los vídeos corporativos, así como sus elementos destacados.	26/11/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2		Presentación y trabajo sobre el proyecto de evaluación del módulo	Se presentará el sistema de evaluación, así como el trabajo principal del módulo.	26/11/24	18:30-20:30
DIA 3 / 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.	27/11/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2				27/11/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Alejandro Tapia	Publicidad Display y fundamentos de SEO y SEM	Esta sesión trata sobre las diversas fomas de publicidad display, su tipología, forma de elaboración y gestión del éxito. También se propociona información sobre analítica de esta forma de publicidad online y sobre SEM y SEO.	28/11/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2				28/11/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Víctor Álvarez	Narrativas digitales y marcas transmedia	Se explora la capacidad de desarrollo narrativo que aporta el entorno digital en el contexto presente de consumo de medios de comunicación. Especialmente se pone el foco en el comportamiento de la audiencia y la aparición de nuevos hábitos y tendencias. En consecuencia, surgen las narrativas transmedia como oportunidad para el diseño de productos y marcas transversales capaces de estar	2/12/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2				2/12/24	18:30-20:30

DIA 6 / Sesión 1	Francisco Javier Godoy	Comunicación de crisis 2.0	A partir de un caso de estudio, se reflexionará sobre las implicaciones que ha tenido Internet para la gestión de la comunicación en situaciones de crisis.	3/12/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2				3/12/24	18:30-20:30
DIA 7 / 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.	4/12/24	16:00-18:00
DIA 7/ Sesión 2				4/12/24	18:30-20:30
DIA 8 / 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.	5/12/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2				5/12/24	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Amparo Cantalicio (externa)	Marca personal	Amparo Cantalicio es consultora de Marketing y Comunicación. Esta sesión estará dedicada a abordar la importancia de construir una marca personal para el ámbito profesional, trabajando desde un punto de vista práctico en los perfiles del alumnado.	10/12/24	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2				10/12/24	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.	11/12/24	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Guadalupe Meléndez	Lenguaje audiovisual	Se dedicará la sesión a profundizar sobre los aspectos clave del lenguaje audiovisual.	11/12/24	18:30-20:30
Recuperación	Esther Simancas	Presentación y defensa del trabajo científico	Presentación y defensa del TFM	12/12/24	16:00-18:00
Recuperación	Rafael Cano	La aplicación del análisis de contenido en la investigación de las	Se explicará el proceso de realización del análisis de contenido en las redes sociales de manera práctica, con la correspondiente categorización de los contenidos que se pudieran encontrar, dependiendo la temática de interés de cada alumno. Posteriormente, en la segunda parte de la sesión, se procederá a la interpretación de los datos obtenidos, adaptando la sesión a cada alumno	12/12/24	18:30-20:30

Comunicación Digital para ONL	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**
DIA 1 / Sesión 1	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	7/1/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Innovación social y teléfono móvil	Los móviles en la comunicación de las ONL. Innovación social móvil	7/1/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Belén Macías Varela	Comunicación digital y cambio social.	Comunicación digital y cambio socia	8/1/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Belén Macías Varela	Los ODS en la comunicación de las ONL	Comunicación digital y tecnología para los ODS. Las ONL ante los ODS	8/1/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Procomún, software libre y colaboración hacker	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	9/1/25	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Sexismo digital. Análisis de la comunicación digital desde la interseccionalidad	Género e interculturalidad en la comunicación digital	9/1/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Teresa Suárez Martín (externo)	Entretenimiento y comunicación: advertainment o branded content, creación de contenidos	Metodología Inbound para ONL. Branded Content y su estrategia. Avergaming.	13/1/25	16:00-18:00

DIA 4 / Sesión 2	Teresa Suárez Martín (externo)	Herramientas de trabajo, seguimiento y evaluación de la comunicación para ONL	Acercamiento a Herramientas de trabajo, seguimiento y evaluación de la comunicación + Caso Práctico	13/1/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Lucía Benítez Eyzaguirre	Sesión de trabajo sobre el caso práctico.	Sesión de trabajo sobre el caso práctico.	14/1/25	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Lucía Benítez Eyzaguirre	Sesión de trabajo sobre el caso práctico.	Sesión de trabajo sobre el caso práctico.	14/1/25	18:30-20:30
Herramientas Informáticas para el Marketing Digital	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**
Coordinador: José M. Mota DIA 1 / Sesión 1	José M. Mota	Consideraciones tecnológicas sobre web	Presentación de la asignaura. Buscadores. Gráfico del conocimiento (Knowledge Graph), Open Graph. Posicion cero. WEB semática: (MICRODATOS, RDFA, JSON), Datos estructurados, Datos enriquecidos. Traking eyes.	15/1/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	José M. Mota	Taller herramienta WEB	Buscadores. Gráfico del conocimiento (Knowledge Graph), Open Graph. Posicion cero. WEB semática: (MICRODATOS, RDFA, JSON), Datos estructurados, Datos enriquecidos. Traking eyes. Taller: SIteMAP, robot.txt, favicon, htaccess. CSS, validadores (W3C,CSS, WAIs)	15/1/25	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	José M. Mota	Consideraciones tecnológicas sobre web	Taller SEO Técnico: validaciones y conformidades de estandar, validadores de potencia de servidores WEB, test de velocidad, comprobacion contenidos duplicados. Herramientas Google: Google Search Console, alta sitio	16/1/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	José M. Mota	Taller herramienta WEB	Taller SEO Técnico: herramientas de Google.	16/1/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Lorena Gutierrez Madroñal	Privacidad, accesibilidad y Seguridad	RGPD (en una web), LSSI-CE, seguimientos, ISO 27000, reglamento eprivacity. Seguridad y privacidad: Fingerprint, cookies, 'FLoC' Federated Learning of Cohorts, pixel de seguimiento. Licencias	20/1/25	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Tecnologías de representación, HTML	Internet,TCP/IP, representación de la informacion, HTML5, páginas estáticas, páginas dinamicas. Formatos digitales (imagen, audio, video,textos). Tipos de alojamientos y dominios, plan de alojamiento. Taller WEB (proyecto WEB)	20/1/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Normas, Estándares, Licencias	Normas y estandares de Internet. W3C, ISO (8601, 9126, 9241), UNE-EN 301549:2019, XML, JS, Accesibilidad, usabilidad (WCAG). UX Experiencia de Usuario	21/1/25	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Alojamientos y Dominios	Instalación local de WordPress con Local WP.	21/1/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Taller: Alojamientos y Dominios	Taller alojamiento: Cpanel. Utilización y configuración del alojamiento, dominios y subdominios	22/1/25	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	CMS. Instalacion y configuracion LOCAL, remoto. Usuarios. Post. Página. Categorias. Etiquetas. Widget. Temas .Plugins. Menús	22/1/25	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress		23/1/25	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress		23/1/25	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes Básicos	27/1/25	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Constructores Visuales en WordPress	27/1/25	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 1				28/1/25	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2				28/1/25	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes específicos: seguridad, RGPD, SEO, redirecciones, etc.	29/1/25	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	29/1/25	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	30/1/25	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	30/1/25	18:30-20:30
Estrategias de Marketing Digital en la Empresa	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**
Coordinador: Miguel Ángel Sánchez Jiménez DIA 1 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	3/2/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	3/2/25	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Plan de marketing digital	Plan de marketing digital	4/2/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Plan de marketing digital	Plan de marketing digital	4/2/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Bring Connection	Introducción al CRO	¿Qué es el CRO?, Método científico, cultura de la experimentación, Framework de trabajo, roles dentro de un equipo CRO	5/2/25	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Bring Connection	Técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas	UX Research, Sesgos cognitivos, herramientas de análisis cualitativo (Clarity), herramientas de análisis cuantitativo (GA4)	5/2/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Bring Connection	Localización de ineficiencias y desarrollo de hipótesis	Análisis Heurístico de la conversión, Best practice por modelos: B2C & B2B, Elaboración de Hipótesis, modelos de priorización ICE, PXL	6/2/25	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Bring Connection	Definición de experimentos e implementación de A-B testing	Fundamentos de experimentación, herramientas de A/B testing, análisis de resultados	6/2/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Laura Alvarez	Introducción al ecommerce	¿Qué es un ecommerce? Impacto del ecommerce en el Marketing Principales plataformas de ecommerce	10/2/25	16:00-18:00

DIA 5 / Sesión 2	Laura Alvarez	Estrategias de Marketing Digital en la Venta Online	Identificar las mejores prácticas y herramientas para optimizar la venta online Casos de éxito Preparar un plan de marketing digital para ecommerce	10/2/25	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Laura Alvarez	Gestión de ecommerce con Prestashop	¿Qué es Prestashop y por qué elegirlo? Casos de uso de Prestashop	11/2/25	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Laura Alvarez	Nuestra primera tienda en Prestashop	Configuración Básica de una Tienda PrestaShop	11/2/25	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Fernando Muñoz	SEO	La importancia del SEO Tipologías de búsquedas (informacional, transaccional,…) y tipo de información que cada búsqueda necesita. Búsqueda, keyword e intención (planificador de palabras claves) La importancia de la URL única	12/2/25	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Fernando Muñoz	SEO	La importancia del SEO Tipologías de búsquedas (informacional, transaccional,…) y tipo de información que cada búsqueda necesita. Búsqueda, keyword e intención (planificador de palabras claves) La importancia de la URL única	12/2/25	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Fernando Muñoz	SEO	Arquitectura web SEO on page	13/2/25	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Fernando Muñoz	SEO	Arquitectura web SEO on page	13/2/25	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Pablo Calleja (Merkle Solution)	CRM: La importancia de poner al cliente en el centro (con Salesforce Sales & Service Cloud)	Introducción CRM Ecosistema de Salesforce Sales Cloud Platform Service Cloud Platform Modelo de datos Page layouts & Compact Layouts Modelo de seguridad y visibilidad de datos	17/2/25	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Pablo Calleja (Merkle Solution)	CRM: La importancia de poner al cliente en el centro (con Salesforce Sales & Service Cloud)	Creación de cuenta Salesforce Trailhead primeros ejercicios (plataforma de elearning) Exposición caso de uso de negocio real Creación de formulario de contacto Generación de modelo de datos Revisión de Layouts y Record pages Creación de flujo de venta Creación de flujo de soporte Demo	17/2/25	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Pablo Calleja (Merkle Solution)	CRM: La importancia de poner al cliente en el centro (con Salesforce Sales & Service Cloud)	Creación de list views Creación de informes en Salesforce Creación de cuadros de mando en Salesforce	18/2/25	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Pablo Calleja (Merkle Solution)	Marketing Automation (con Salesforce Marketing Cloud)	Objetivos de Marketing Automation Ecosistema de Salesforce Marketing Cloud Overview Introducción Email y Contact Builder Introducción a Journey Bulder	18/2/25	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Pablo Calleja (Merkle Solution)	Marketing Automation (con Salesforce Marketing Cloud)	Casos de uso Inmobiliaria Casos de uso de Concesionarios Casos de uso Hostelería Casos de Uso empresa de energia	19/2/25	16:00-18:00
DIA 11 / Sesión 2	Pablo Calleja (Merkle Solution)	Marketing Automation (con Salesforce Marketing Cloud)	Crear email template Crear landing Page Creación de Journeys Preparación de su presentación Objetivos de negocio Explicación Journey propuesto Ventajas y resultados esperados	19/2/25	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	Alberto Alcántara (externo)	Creación de Contenido Visual en Canva para redes sociales	Crear contenido visual en Canva Diseñar publicaciones y banners publicitarios Selección de colores y tipografías para redes sociales Creación de imágenes para campañas promocionales Presentación de diseños finales	20/2/25	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	Alberto Alcántara (externo)	Creación de Videos Promocionales con CapCut	Crear videos promocionales con CapCut o InVideo Uso de efectos visuales y música en videos Creación de videos dinámicos para redes sociales Adaptación de videos a diferentes formatos de plataformas Presentación de videos promocionales creados	20/2/25	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	Alberto Alcántara (externo)	Hootsuite: Gestión y Programación de Contenidos en Redes Sociales	Introducción a Hootsuite y su funcionalidad Creación y planificación de contenido Automatización y programación de publicaciones Análisis de rendimiento y optimización de estrategias	24/2/25	16:00-18:00

DIA 13 / Sesión 2	Alberto Alcántara (externo)	Metricool: Análisis y Optimización de Campañas Digitales	Introducción a Metricool y su uso en la analítica de redes Monitorización del rendimiento de redes sociales Evaluación y optimización de campañas digitales Creación de informes y presentación de resultados	24/2/25	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Sergio Simarro	Analítica Digital	¿Qué es Google Analytics? Instalación de Google Tag Manager y píxeles de Medición.	25/2/25	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Sergio Simarro	Analítica Digital	¿Qué es Google Analytics? Instalación de Google Tag Manager y píxeles de Medición.	25/2/25	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Sergio Simarro	Analítica Digital	Uso avanzado Taller de Looker Studio y Google Analytics	26/2/25	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Sergio Simarro	Analítica Digital	Uso avanzado Taller de Looker Studio y Google Analytics	26/2/25	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	Lucia del Castillo (externo)	Publicidad digital para conseguir tus objetivos de marketing	Conoceremos el inventario publicitario disponible y elaboraremos un plan de medios simulando un caso real. Aprenderemos la importancia del briefing y a elaborar estrategias alineadas a cada objetivo y presupuesto.	27/2/25	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	Lucia del Castillo (externo)	Google ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional Campañas de Búsqueda (tanto las clásicas como las Pmax). Se implementarán las últimas novedades en cuanto a IA y automatizaciones.	27/2/25	18:30-20:30
DIA 17 / Sesión 1	Lucia del Castillo (externo)	Google ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional dos tipos de campañas que podemos crear en Google ADS, como son las de Shopping, conociendo la plataforma Merchant Center de Google, y las locales para anunciarnos en el mapa de Google. Se implementarán las últimas novedades en cuanto a IA y automatizaciones.	3/3/25	16:00-18:00
DIA 17 / Sesión 2	Lucia del Castillo (externo)	Google ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional campañas en dos de las redes con mayor visibilidad de Google, ideales para atacar fases de Awarenes: las campañas de Display y de YouTube.	3/3/25	18:30-20:30
DIA 18 / Sesión 1	Lucia del Castillo (externo)	META ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional diferentes campañas en META, utilizando las distintas opciones que ofrece.	4/3/25	16:00-18:00
DIA 18 / Sesión 2	Lucia del Castillo (externo)	TikTok ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional una campaña en Tiktok, utilizando las distintas opciones que ofrece.	4/3/25	18:30-20:30
DIA 19 / Sesión 1	Lucia del Castillo (externo)	LinkedIn ADS	Crearemos desde cero y a nivel profesional una campaña B2B en Linkedin, utilizando las distintas opciones que ofrece.	5/3/25	16:00-18:00
DIA 19 / Sesión 2	Lucia del Castillo (externo)	Medición y presentación de resultados	Medición y analisis de la información para la toma de decisiones. Veremos cómo se optimizan las campañas con ejemplos reales. Aprenderemos a elaborar informes donde presentemos al cliente los resultados y realizaremos simulaciones de reunión donde se comuniquen los resultados buenos y malos obtenidos.	5/3/25	18:30-20:30
DIA 20 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo	6/3/25	16:00-18:00
DIA 20 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo	6/3/25	18:30-20:30

Estrategia de Marketing Digital en las ONL	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**
Coordinador: Rafael cano DIA 1 / Sesión 1	Rafael Cano Tenorio	Marketing sectorial en el ámbito digital	Marketing sectorial en el ámbito digital	10/3/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Rafael Cano Tenorio	Marketing sectorial en el ámbito digital	Marketing sectorial en el ámbito digital	10/3/25	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Alexander Aguirre	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	11/3/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Alexander Aguirre	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	11/3/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Manuel Caballero (externo)	Estrategias de MkDig en ONL	Estrategias de MkDig en las ONG	12/3/25	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Manuel Caballero (externo)	Estrategias de MkDig en el Sector Turístico	Estrategias de MkDig en el Sector Turístico	12/3/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Marketing móvil e internet de las cosas	Marketing móvil e internet de las cosas	13/3/25	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Marketing móvil e internet de las cosas	Marketing móvil e internet de las cosas	13/3/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Rafael Cano Tenorio	Marketing deportivo en el ámbito digital	Marketing deportivo en el ámbito digital	17/3/25	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Rafael Cano Tenorio	Marketing deportivo en el ámbito digital	Marketing deportivo en el ámbito digital	17/3/25	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Diego Gómez Carmona	Neuromarketing	Neuromarketing	18/3/25	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Diego Gómez Carmona	Neuromarketing	Neuromarketing	18/3/25	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Gema Ramírez Guerrero	Estrategias de MkDig aplicadas al territorio	Investigación de mercados en el ámbito digital aplicado al posicionamiento territorial	19/3/25	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Gema Ramírez Guerrero	Estrategias de MkDig aplicadas al territorio	Investigación de mercados en el ámbito digital aplicado al posicionamiento territorial	19/3/25	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Antonio Mateo Toscano	Marketing político en el ámbito digital	Marketing político en el ámbito digital	20/3/25	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Antonio Mateo Toscano	Marketing político en el ámbito digital	Marketing político en el ámbito digital	20/3/25	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Javier Bueno (externo)	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a traves de Mailchimp	24/3/25	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Javier Bueno (externo)	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a traves de Mailchimp	24/3/25	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Alexander Aguirre	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	25/3/25	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Alexander Aguirre	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	Marketing Analytics 4.0: Fundamentos y la Revolución de la IA	25/3/25	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Manuel Corchado (externo)	Diseño gráfico: vector vs mapa de bits	Iniciación a Photoshop. Herramientas y ventanas básicas.Prácticas	26/3/25	16:00-18:00

DIA 11 / Sesión 2	Manuel Corchado (externo)	Illustrator vs Photoshop. Cuando elegir uno u otro	Vectores e imágenes. Capas y canales. Prácticas.	26/3/25	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	Manuel Corchado (externo)	Illustrator: Imagen corporativa	Concepto de resolución. Formatos de imágenes.Prácticas	27/3/25	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	Manuel Corchado (externo)	Illustrator: gráficas publicitarias, formatos, tamaños y resoluciones	Dimensiones de gráficas para social media. Prácticas	27/3/25	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	Pedro Pablo Marín	Marketing de influencer	Marketing de influencer	31/3/25	16:00-18:00
DIA 13 / Sesión 2	Pedro Pablo Marín	Marketing de influencer	Marketing de influencer	31/3/25	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Marcial Picó (externo)	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología	1/4/25	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Marcial Picó (externo)	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología	1/4/25	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Manuel Corchado (externo)	Photoshop: Retoque fotográfico. Primeras herramientas	Canales vs capas. Máscara de capa vs máscara de recorte. HDR vs ORTON.Prácticas	2/4/25	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Manuel Corchado (externo)	Photoshop: Retoque fotográfico. Herramientas nivel 2 + filtros	Herramientas de retoque: tampón clonar, pincel corrector y parche.Prácticas. Evaluación final	2/4/25	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	Rafael Cano Tenorio	Evaluación	Evaluación	3/4/25	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	Rafael Cano Tenorio	Evaluación	Evaluación	3/4/25	18:30-20:30
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	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	El Marketing No Lucrativo (Adobe comp, Layout, Enlight).	7/4/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Marketing Social y marketing digital aplicado a temas sociales (Fyuse).	7/4/25	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Herramientas de Marketing social (Quick, Filmic pro.	8/4/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Modelo de planificación y gestión de campañas de marketing social (compresores de foto)	8/4/25	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Campañas sociales (Virtual Box).	9/4/25	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Estudio de Facebook para campañas sociales (Fanpage Karma).	9/4/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Análisis de Twitter en campañas sociales.	10/4/25	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Prácticas de social media.	10/4/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Araceli Galiano	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	21/4/25	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Araceli Galiano	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	21/4/25	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: Eva Bermúdez Figueroa DIA 1 / Sesión 1	María Antonia Ribón Seisdedos	Introducción a los movimientos sociales. Reflexiones para el marketing social	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...)	22/4/25	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	María Antonia Ribón Seisdedos	Particularidades del marketing digital de los movimientos sociales	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	22/4/25	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Eva Bermúdez Figueroa	Características y tendencias de las sociedades industriales avanzadas. Ciudadanía y exclusión social	Características y tendencias de las sociedades industriales avanzadas. Ciudadanía y exclusión social	23/4/25	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Eva Bermúdez Figueroa	Sociología del consumo.	Sociología del consumo.	23/4/25	18:30-20:30
DIA 3 / 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	24/4/25	16:00-18:00
DIA 3 / 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	24/4/25	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Simone Castellani	Globalización y consumo.	Globalización y consumo.	28/4/25	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Simone Castellani	Globalización y consumo.	Globalización y consumo.	28/4/25	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Eva Bermúdez Figueroa	Práctica evaluable a desarrollar en clase	Práctica evaluable a desarrollar en clase	29/4/25	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Eva Bermúdez Figueroa	Práctica evaluable a desarrollar en clase	Práctica evaluable a desarrollar en clase	29/4/25	18:30-20:30
Creación y Dirección de Empresas en Entornos Digitales	**Profesor/Ponente**	**Título de la sesión**	**Breve descripción del contenido**	**Día**	**Horario**

Para la asignatura de Creación y Dirección de Empresas en Entornos Digitales se llevará a cabo el Ideaton 2025, cuyo programa y cronograma se encuentra en la página siguiente

ACTIVIDADES PREVISTAS 7 DE MAYO DE 2025

Horario	Actividad	Personas	Observaciones
09:00-09:30	Registro de participantes	Equipo UCAEmprende	Hall de entrada INDESS
09:30-09:45	Apertura y bienvenida	Director Secretriado de Emprendimiento y Decano Facultad CCSociales	Salón de actos INDESS
09:45-10.00	Presentación del plan de trabajo	Julio Segundo	Salón de actos INDESS
10:00-11:00	Formación de equipos	Manuel Vázquez (ponencia/facilitación)	Salón de actos INDESS
11:00-11:45	Ponencia Creatividad	Julio Segundo	Salón de actos INDESS
11:45-13:45	Inicio del trabajo en equipo	Mentores turno 1	Hall de entrada INDESS
13:45-15:00	Almuerzo		
15:00-16:00	Continuación de trabajo	Equipo UCAEmprende	Hall de entrada INDESS
16:00-18:00	Sesiones de mentoría	Mentores turno 2	Hall de entrada INDESS
18:00-18:30	Descanso		
18:30-19.15	Ponencia modelos de negocio	Alfonso Díaz	Salón de actos INDESS
19.15-20.15	Continuación de trabajo	Mentores turno 2	Hall de entrada INDESS
20.15-20.30	Cierre del primer día	Equipo UCAEmprende	Hall de entrada INDESS

ACTIVIDADES PREVISTAS 8 DE MAYO DE 2025

Horario	Actividad	Personas	Observaciones
09.00-09.15	Trabajo en equipo	Equipo UCAEmprende	Hall de entrada INDESS
09.15-10.00	Ponencia prototipado	Manuel Vázquez	Salón de actos INDESS
10:00-11:30	Trabajo en equipo	Mentores turno 3	Hall de entrada INDESS
11:30-12:00	Descanso		
12:00-13:15	Mentorías finales	Mentores turno 3	Hall de entrada INDESS
13:15-13:45	Ponencia pitch	Ramón Barrera Morales	Salón de actos INDESS
13:45-15:00	Almuerzo		
15:00-17:00	Ajustes finales y preparación presentación ante el jurado	Mentores turno 4	Hall de entrada INDESS
17:00-18:30	Presentación final ante el jurado	Jurado	Salón de actos INDESS
18:30-19:00	Ponencia final emprendimiento	Antonio López-Triviño Junco	Salón de actos INDESS
19:00-19.30	Cierre y entrega de premios	Director General Relaciones con la Empresa y Decano Facultad CCSociales	Salón de actos INDESS