

MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL. CRONOGRAMA 2025/2026

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 tratarán aspectos 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 | 20/10/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Conceptos de Marketing Digital | Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital | 20/10/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / 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. | 21/10/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / 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 alcance de la comunicación | 21/10/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | César Serrano | Conceptos de Marketing Digital | Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital | 22/10/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | César Serrano | Introducción a las redes sociales y el marketing viral | Introducción a las redes sociales y el marketing viral | 22/10/25 | 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 | 23/10/25 | 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. | 23/10/25 | 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 | 27/10/25 | 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. | 27/10/25 | 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 | 28/10/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Diego Gómez | Estructura del trabajo científico | Cómo se organiza el proceso de investigación científica. | 28/10/25 | 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 | 29/10/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / Sesión 2 | Esther Simancas | Presentación y defensa del trabajo científico | Presentación y defensa del TFM | 29/10/25 | 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. | 30/10/25 | 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. | 30/10/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Técnicas digitales de análisis de la información | Análisis de redes mediante N-vivo | 3/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Araceli Galiano | Técnicas digitales de análisis de la información | Prácticas de N-vivo | 3/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / Sesión 1 | Diego Gómez | Novedades científicas | Diseño experimental, neurociencia del consumidor, aplicaciones | 4/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / 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 | 4/11/25 | 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 | 9/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | Antonio Mateo | Técnicas cualitativas de obtención de la información | Técnicas cualitativas II | 9/12/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 7 / Sesión 1 | Jose Miguel Mota | Inteligencia Artificial orientado a la investigación | Inteligencia Artificial orientado a la investigación | 6/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | Jose Miguel Mota | Inteligencia Artificial orientado a la investigación | Inteligencia Artificial orientado a la investigación | 6/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 8 / Sesión 1 | Diego Gómez | Práctica de la asignatura | Práctica de la asignatura | 10/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 8 / Sesión 2 | Diego Gómez | Práctica de la asignatura | Práctica de la asignatura | 10/11/25 | 18:30-20:30 |
| Técnicas cuantitativas | Profesor/Ponente | Título de la sesión | Breve descripción del contenido | Día | Horario |
| Coordinador: Gema Pigueiras Voces DIA 1 / Sesión 1 | Gema Pigueiras Voces | 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 | 11/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Gema Pigueiras Voces | Encuestas y ficha técnica. Software estadístico | Se darán los conocimientos básicos sobre Survey data analysis, incluyendo la descripción de la | 11/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | María del Carmen Sánchez Gil | Elaboración de encuestas online | Introducción a las herramientas Google Forms y Lime Survey. | 12/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / Sesión 2 | María del Carmen Sánchez Gil | Análisis de casos prácticos con SPSS | Uso de SPSS para análisis exploratorio de datos de interés en Marketing digital (obtenidos del | 12/11/25 | 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 | 13/11/25 | 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 | 13/11/25 | 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 | 17/11/25 | 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. | 17/11/25 | 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 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. | 18/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Carmen Ana Domínguez | Técnicas de aprendizaje estadístico: Técnicas de clasificación con R | | 18/11/25 | 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. Uso de base de datos de Kaggle Churn dataset. Aplicación a casos prácticos utilizando el software SPSS. | 19/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | Alberto Sánchez Alzola | Técnicas de aprendizaje estadístico: Análisis clúster con SPSS | | 19/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 7 / Sesión 1 | Gema Pigueiras Voces | 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 | 20/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | Gema Pigueiras Voces | Exposiciones/debate de trabajos en grupo | | 20/11/25 | 18:30-20:30 |
| Comunicación Digital | | Profesor/Ponente | Título de la sesión | Breve descripción del contenido | |
| Coordinador: Francisco Javier Godoy | | | | | |
| DIA 1 / Sesión 1 | | | Se dedicará la sesión a profundizar sobre los aspectos clave del lenguaje audiovisual. | 24/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Guadalupe Meléndez | Lenguaje audiovisual | | 24/11/25 | 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. | 25/11/25 | 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. | 25/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / 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. | 26/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | | | | 26/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / 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. | 27/11/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | | | | 27/11/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / 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. | 1/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | | | | 1/12/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 6 / 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. | 2/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | | | | 2/12/25 | 18:30-20:30 |

| | | | | | |
|--|--------------------------------|---|--|--|----------------|
| DIA 7 / 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. | 3/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | | | | 3/12/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 8 / 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 presentes en distintos medios de manera cooperativa. De este modo, la audiencia asume un rol del que no ha disfrutado antes. Adquiere una capacidad activa y participativa en la construcción de nuevos relatos narrativos y comerciales. | 4/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 8 / Sesión 2 | | | | 4/12/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 9 / 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. | 10/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 9 / Sesión 2 | | | | 10/12/25 | 18:30-20:30 |
| DIA 10 / 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. La sesión abordará cómo las marcas redefinen sus estrategias de branding en el entorno digital, | 11/12/25 | 16:00-18:00 |
| DIA 10 / Sesión 2 | | | | 11/12/2025 | 18:30-20:30 |
| Comunicación Digital para ONL | | Profesor/Ponente | Título de la sesión | Breve descripción del contenido | |
| | | | | Día | Horario |
| Coordinadora: Lucía Benítez Eyzaguirre 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 | 7/1/26 | 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 | 7/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | Belén Macías Varela | Comunicación digital y cambio social. | Comunicación digital y cambio social | 8/1/26 | 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 | 8/1/26 | 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 | 12/1/26 | 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 | 12/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Teresa Suárez Martín (externa) | Entretenimiento y comunicación: advertainment o branded content, creación de contenidos | Metodología Inbound para ONL. Branded Content y su estrategia. Avergaming. | 13/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Teresa Suárez Martín (externa) | Herramientas de trabajo, seguimiento y evaluación de la comunicación para ONL | Acercamiento a Herramientas de trabajo, seguimiento y evaluación de la comunicación + Caso Práctico | 13/1/26 | 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. | 14/1/26 | 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. | 14/1/26 | 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 | José M. Mota | Consideraciones tecnológicas sobre web | Presentación de la asignatura. Buscadores. Gráfico del conocimiento (Knowledge Graph), Open Graph. Posicion cero. WEB semática: (MICRODATOS, RDFa, JSON), Datos estructurados, Datos enriquecidos. Tracking eyes. | 15/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 1 | 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. Tracking eyes. Taller: SiteMAP, robot.txt, favicon, htaccess. CSS, validadores (W3C,CSS, WAIa) | 15/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | Tecnologías de representación, HTML | Internet,TCP/IP, representación de la información, HTML5, páginas estáticas, páginas dinámicas. Formatos digitales (imagen, audio, video,textos). Tipos de alojamientos y dominios, plan de alojamiento. Taller WEB (proyecto WEB) | 19/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Alojamientos y Dominios | Instalación local de WordPress con Local WP. | 19/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | José M. Mota | Consideraciones tecnológicas sobre web | Taller SEO Técnico: validaciones y conformidades de estándar, validadores de potencia de servidores WEB, test de velocidad, comprobacion contenidos duplicados. Herramientas Google: Google Search Console, alta sitio | 20/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | José M. Mota | Taller herramienta WEB | Taller SEO Técnico: herramientas de Google. | 20/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | 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 | 21/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Taller: Alojamientos y Dominios | Taller alojamiento: Cpanel. Utilización y configuración del alojamiento, dominios y subdominios | 21/1/26 | 18:30-20:30 |

| | | | | | |
|---|------------------------------|---|---|------------|----------------|
| DIA 5 / Sesión 1 | José M. Mota | 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 | 22/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | CMS. Instalacion y configuracion LOCAL, remoto. Usuarios. Post. Página. Categorías. Etiquetas. Widget. Temas .Plugins. Menús | 22/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 6 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | | 26/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | | 26/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 7 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Paquetes Básicos | 27/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Constructores Visuales en WordPress | 27/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 8 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Paquetes específicos: seguridad, RGPD, SEO, redirecciones, etc. | 29/1/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 8 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Desarrollo proyecto | 29/1/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 9 / Sesión 1 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Desarrollo proyecto | 2/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 9 / Sesión 2 | Sara Balderas Díaz | Wordpress | Desarrollo proyecto | 2/2/26 | 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 Ángel Sánchez Jiménez | Orientación académica y profesional | Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster | 3/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Orientación académica y profesional | Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster | 3/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Estrategias de Marketing Digital en la empresa | Estrategias de Marketing Digital en la empresa | 4/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / Sesión 2 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Estrategias de Marketing Digital en la empresa | Estrategias de Marketing Digital en la empresa | 4/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | Laura Alvarez (externa) | Introducción al ecommerce | ¿Qué es un ecommerce? Impacto del ecommerce en el Marketing Principales plataformas de ecommerce | 5/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | Laura Alvarez (externa) | 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 | 5/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Laura Alvarez (externa) | Gestión de ecommerce con Prestashop | ¿Qué es Prestashop y por qué elegirlo? Casos de uso de Prestashop | 9/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Laura Alvarez (externa) | Nuestra primera tienda en Prestashop | Configuración Básica de una Tienda PrestaShop | 9/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / Sesión 1 | Fernando Muñoz (externo) | 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 | 10/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Fernando Muñoz (externo) | 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 | 10/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 6 / Sesión 1 | Fernando Muñoz (externo) | SEO | Arquitectura web SEO on page | 11/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | Fernando Muñoz (externo) | SEO | Arquitectura web SEO on page | 11/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 7 / Sesión 1 | Pablo Calleja (externo) | 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 | 12/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | Pablo Calleja (externo) | 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 | 12/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 8 / Sesión 1 | Pablo Calleja (externo) | 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 | 16/2/26 | 16:00-18:00 |

| | | | | | |
|---|--|--|--|------------|----------------|
| DIA 8 / Sesión 2 | Pablo Calleja (externo) | Marketing Automation (con Salesforce Marketing Cloud) | Objetivos de Marketing Automación Ecosistema de Salesforce Marketing Cloud Overview Introducción Email y Contact Builder Introducción a Journey Builder | 16/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 9 / Sesión 1 | Pablo Calleja (externo) | Marketing Automation (con Salesforce Marketing Cloud) | Casos de uso Inmobiliaria Casos de uso de Concesionarios Casos de uso Hostelería Casos de Uso empresa de energía | 17/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 9 / Sesión 2 | Pablo Calleja (externo) | 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 | 17/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 10 / Sesión 1 | Sergio Simarro (externo) | Analítica Digital | ¿Qué es Google Analytics? Instalación de Google Tag Manager y píxeles de Medición. | 18/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 10 / Sesión 2 | Sergio Simarro (externo) | Analítica Digital | ¿Qué es Google Analytics? Instalación de Google Tag Manager y píxeles de Medición. | 18/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 11 / Sesión 1 | Sergio Simarro (externo) | Analítica Digital | Uso avanzado Taller de Looker Studio y Google Analytics | 19/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 11 / Sesión 2 | Sergio Simarro (externo) | Analítica Digital | Uso avanzado Taller de Looker Studio y Google Analytics | 19/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 12 / Sesión 1 | Marta Rodríguez Juliá (externa) | Social Media | Estrategia y planificación en redes sociales | 23/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 12 / Sesión 2 | Marta Rodríguez Juliá (externa) | Social Media | Estrategia y planificación en redes sociales | 23/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 13 / Sesión 1 | Marta Rodríguez Juliá (externa) | Social Media | Creación y gestión de contenido | 24/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 13 / Sesión 2 | Marta Rodríguez Juliá (externa) | Social Media | Creación y gestión de contenido | 24/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 14 / Sesión 1 | Lucia del Castillo (externa) | 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. | 25/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 14 / Sesión 2 | Lucia del Castillo (externa) | 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. | 25/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 15 / Sesión 1 | Lucia del Castillo (externa) | 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. | 26/2/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 15 / Sesión 2 | Lucia del Castillo (externa) | 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 Awareness: las campañas de Display y de YouTube. | 26/2/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 16 / Sesión 1 | Lucia del Castillo (externa) | META ADS | Crearemos desde cero y a nivel profesional diferentes campañas en META, utilizando las distintas opciones que ofrece. | 2/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 16 / Sesión 2 | Lucia del Castillo (externa) | TikTok ADS | Crearemos desde cero y a nivel profesional una campaña en Tiktok, utilizando las distintas opciones que ofrece. | 2/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 17 / Sesión 1 | Lucia del Castillo (externa) | LinkedIn ADS | Crearemos desde cero y a nivel profesional una campaña B2B en LinkedIn, utilizando las distintas opciones que ofrece. | 3/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 17 / Sesión 2 | Lucia del Castillo (externa) | Medición y presentación de resultados | Medición y análisis 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. | 3/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 18 / Sesión 1 | Manuel Berthollet y Silvia Fajardo (externo) | Introducción al CRO | ¿Qué es el CRO?. Método científico, cultura de la experimentación, Framework de trabajo, roles dentro de un equipo CRO | 4/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 18 / Sesión 2 | Manuel Berthollet y Silvia Fajardo (externo) | Técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas | UX Research, Sesgos cognitivos, herramientas de análisis cualitativo (Clarity), herramientas de análisis cuantitativo (GA4) | 4/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 19 / Sesión 1 | Manuel Berthollet y Silvia Fajardo (externo) | 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 | 5/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 19 / Sesión 2 | Manuel Berthollet y Silvia Fajardo (externo) | Definición de experimentos e implementación de A-B testing | Fundamentos de experimentación, herramientas de A/B testing, análisis de resultados | 5/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 20 / Sesión 1 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Sesión de trabajo | Sesión de trabajo | 9/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 20 / Sesión 2 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Sesión de trabajo | Sesión de trabajo | 9/3/26 | 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 | 10/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Rafael Cano Tenorio | Marketing sectorial en el ámbito digital | Marketing sectorial en el ámbito digital | 10/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | Gema Ramírez Guerrero | Estrategias de Mkdig aplicadas al territorio | Investigación de mercados en el ámbito digital aplicado al posicionamiento territorial | 11/3/26 | 16:00-18:00 |

| | | | | | |
|---|------------------------------|---|---|------------|----------------|
| DIA 2 / Sesión 2 | Gema Ramírez Guerrero | Estrategias de MkDig aplicadas al territorio | Investigación de mercados en el ámbito digital aplicado al posicionamiento territorial | 11/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Iniciación a Photoshop | Iniciación a Photoshop. Herramientas y ventanas básicas.Prácticas | 12/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Vectores e imágenes. | Vectores e imágenes. Capas y canales. Prácticas. | 12/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Javier Bueno (externo) | Mail Marketing | Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a través de Mailchimp | 16/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Javier Bueno (externo) | Mail Marketing | Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a través de Mailchimp | 16/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / Sesión 1 | Manuel Caballero (externo) | Estrategias de MkDig en ONL | Estrategias de MkDig en las ONG | 17/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Manuel Caballero (externo) | Estrategias de MkDig en el Sector Turístico | Estrategias de MkDig en el Sector Turístico | 17/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 6 / Sesión 1 | Diego Gómez Carmona | Neuromarketing | Neuromarketing | 18/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 6 / Sesión 2 | Diego Gómez Carmona | Neuromarketing | Neuromarketing | 18/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 7 / Sesión 1 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Concepto de resolución. | Concepto de resolución. Formatos de imágenes.Prácticas | 19/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 7 / Sesión 2 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Gráficas | Dimensiones de gráficas para social media. Prácticas | 19/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 8 / Sesión 1 | Pedro Pablo Marín | Marketing de influencer | Marketing de influencer | 23/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 8 / Sesión 2 | Pedro Pablo Marín | Marketing de influencer | Marketing de influencer | 23/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 9 / Sesión 1 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Marketing móvil e internet de las cosas | Marketing móvil e internet de las cosas | 24/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 9 / Sesión 2 | Miguel Ángel Sánchez Jiménez | Marketing móvil e internet de las cosas | Marketing móvil e internet de las cosas | 24/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 10 / Sesión 1 | Nazaret Domínguez (externa) | Marketing cultural | Marketing cultural | 25/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 10 / Sesión 2 | Nazaret Domínguez (externa) | Marketing cultural | Marketing cultural | 25/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 11 / Sesión 1 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Canales | Canales vs capas. Máscara de capa vs máscara de recorte. HDR vs ORTON.Prácticas | 26/3/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 11 / Sesión 2 | Manuel Corchado (externo) | Photoshop: Retoques | Herramientas de retoque: tampón clonar, pincel corrector y parche.Prácticas. Evaluación final | 26/3/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 12 / Sesión 1 | Ismael Traba Outes | Inteligencia Artificial en el marketing | Inteligencia Artificial en el marketing | 6/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 12 / Sesión 2 | Ismael Traba Outes | Inteligencia Artificial en el marketing | Inteligencia Artificial en el marketing | 6/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 13 / Sesión 1 | Ismael Traba Outes | Inteligencia Artificial en el marketing | Inteligencia Artificial en el marketing | 7/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 13 / Sesión 2 | Ismael Traba Outes | Inteligencia Artificial en el marketing | Inteligencia Artificial en el marketing | 7/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 14 / Sesión 1 | Antonio Mateo Toscano | Marketing político en el ámbito digital | Marketing político en el ámbito digital | 8/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 14 / Sesión 2 | Antonio Mateo Toscano | Marketing político en el ámbito digital | Marketing político en el ámbito digital | 8/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 15 / Sesión 1 | Rafael Cano Tenorio | Marketing deportivo en el ámbito digital | Marketing deportivo en el ámbito digital | 9/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 15 / Sesión 2 | Rafael Cano Tenorio | Marketing deportivo en el ámbito digital | Marketing deportivo en el ámbito digital | 9/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 16 / Sesión 1 | Rafael Cano Tenorio | Evaluación | Evaluación | 13/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 16 / Sesión 2 | Rafael Cano Tenorio | Evaluación | Evaluación | 13/4/26 | 18:30-20:30 |
| Aplicaciones de Marketing Social | Profesor/Ponente | Título de la sesión | Breve descripción del contenido | Día | Horario |
| Coordinadora: Araceli Galiano DIA 1 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Marketing y Marketing Social | El Marketing No Lucrativo (Adobe comp, Layout, Enlight). | 14/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | Araceli Galiano | Marketing y Marketing Social | Marketing Social y marketing digital aplicado a temas sociales (Fyuse). | 14/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Marketing y Marketing Social | Herramientas de Marketing social (Quick, Filmic pro. | 15/4/26 | 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) | 15/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 3 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Social Media en Marketing Social | Campañas sociales (Virtual Box). | 16/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 3 / Sesión 2 | Ismael Traba Outes | Social Media en Marketing Social | Estudio de Facebook para campañas sociales (Fanpage Karma). | 16/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Social Media en Marketing Social | Análisis de Twitter en campañas sociales. | 20/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Araceli Galiano | Social Media en Marketing Social | Prácticas de social media. | 20/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / Sesión 1 | Araceli Galiano | Práctica de la asignatura | Práctica de la asignatura | 21/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Araceli Galiano | Práctica de la asignatura | Práctica de la asignatura | 21/4/26 | 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 | 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...) | 22/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 1 / Sesión 2 | María Antonia Ribón | 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 | 22/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 2 / Sesión 1 | Simone Castellani | Globalización y consumo. | Globalización y consumo. | 23/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 2 / Sesión 2 | Simone Castellani | Globalización y consumo. | Globalización y consumo. | 23/4/26 | 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 | 27/4/26 | 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 | 27/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 4 / Sesión 1 | Simone Castellani | Globalización y consumo. | Globalización y consumo. | 28/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 4 / Sesión 2 | Simone Castellani | Globalización y consumo. | Globalización y consumo. | 28/4/26 | 18:30-20:30 |
| DIA 5 / Sesión 1 | Eva Bermúdez Figueroa | Práctica evaluable a desarrollar en clase | Práctica evaluable a desarrollar en clase | 29/4/26 | 16:00-18:00 |
| DIA 5 / Sesión 2 | Eva Bermúdez Figueroa | Práctica evaluable a desarrollar en clase | Práctica evaluable a desarrollar en clase | 29/4/26 | 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 2026, cuyo programa y cronograma se encuentra en la página siguiente

Programa

IDEATÓN CAMP

06/05/26

Inspírate. Aprende. Conecta.

| | |
|---------------|---|
| 09:00 - 10:00 | Acreditación y bienvenida |
| 10:00 - 10.30 | Formación de equipos |
| 10.30 - 11:00 | Oportunidades: Datos EDINT |
| 11:00 - 11:45 | Ponencia Creatividad |
| 11:45 - 13:45 | Inicio del trabajo en equipo |
| 13:45 - 15:00 | Almuerzo y networking |
| 15:00 - 16:00 | Trabajo en equipo |
| 16:00 - 18:00 | Sesiones de mentoría |
| 18.00 - 18:30 | Descanso |
| 18.30 - 19:15 | Ponencia modelos de negocio |
| 19:15 - 20:30 | Trabajo en equipo y cierre del primer día |

Programa

IDEATÓN CAMP

07/05/26

Inspírate. Aprende. Conecta.

| | |
|---------------|--|
| 09:00 - 9:15 | Trabajo en equipo |
| 9:15 - 10:00 | Ponencia prototipado |
| 10.00 - 11:00 | Trabajo en equipo |
| 11:00 - 11:15 | Descanso |
| 11:15 - 13:15 | Mentorías finales |
| 13:15 - 13:45 | Ponencia Pitch |
| 13:45 - 15:00 | Almuerzo |
| 15:00 - 17:00 | Ajustes finales y trabajo en equipo |
| 17:00 - 18:30 | Presentación final ante el jurado |
| 18.30 - 19:00 | Ponencia final |
| 19:00 - 19:30 | Cierre y entrega de premios |