

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	23/10/23	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	23/10/23	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	César Serrano	Conceptos de Marketing Digital	Fundamentos de marketing. Elementos de marketing digital	24/10/23	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Esther Simancas	Tendencias actuales en la comunicación publicitaria	Introducción al marco de la comunicación digital y las nuevas formas de comunicación. Conceptos de Comunicación Digital.	24/10/23	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.	25/10/23	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 alcance de la comunicación	25/10/23	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	26/10/23	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.	26/10/23	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Tapia Frade, Alejandro Jose	Publicidad en el ámbito digital	Fundamentos de publicidad digital. Interactividad	30/10/23	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Tapia Frade, Alejandro Jose	Publicidad en el ámbito digital	Fundamentos de publicidad en internet. Tipologías y modelos de funcionamiento	30/10/23	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 los fundamentos del método científico. Fuentes secundarias	31/10/23	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Diego Gómez	Estructura del trabajo científico	Cómo se organiza el proceso de investigación científica.	31/10/23	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	6/11/23	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Esther Simancas	Presentación y defensa del trabajo científico	Presentación y defensa del TFM	6/11/23	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Análisis de redes mediante N-vivo	7/11/23	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Araceli Galiano	Técnicas digitales de análisis de la información	Prácticas de N-vivo	7/11/23	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Diego Gómez	Novedades científicas	Diseño experimental, neurociencia del consumidor, aplicaciones	8/11/23	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	8/11/23	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Ruben Baena	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	9/11/23	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Ruben Baena	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	Inteligencia Artificial orientado a la investigación	9/11/23	18:30-20:30
DIA 6 / 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 las técnicas proyectivas y de creatividad	13/11/23	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Pedro Pablo Marín	Técnicas cualitativas de obtención de la información	Técnicas cualitativas II	13/11/23	18:30-20:30
DIA 7 / 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.	14/11/23	16:00-18:00
DIA 7 / 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.	14/11/23	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Diego Gómez	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	15/11/23	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Diego Gómez	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	15/11/23	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	Pepa Ramírez Cobo	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 mediante encuestas u otras vías): diseño de	16/11/23	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Pepa Ramírez Cobo	Encuestas y ficha técnica. Software estadístico	Se darán los conocimientos básicos sobre Survey data analysis, incluyendo la descripción de la ficha técnica. Breve	16/11/23	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Pepa Ramírez Cobo	Elaboración de encuestas online	Introducción a las herramientas Google Forms y Lime Survey.	20/11/23	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 repositorio UCI o Kaggle,	20/11/23	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Gabriel Ruíz Garzón	El problema del cálculo del número de encuestas y el error de muestreo	Incidiremos en la importancia de las técnicas de inferencia paramétrica, los intervalos de confianza, el nivel de	21/11/23	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	21/11/23	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 cuestionario.	22/11/23	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.	22/11/23	18:30-20:30
DIA 5 / 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.	23/11/23	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Técnicas de aprendizaje estadístico: Análisis clúster con SPSS		23/11/23	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Carmen Ana Domínguez Bravo	Técnicas de aprendizaje estadístico: Regresión lineal múltiple con R	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.	27/11/23	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Carmen Ana Domínguez Bravo	Técnicas de aprendizaje estadístico: Técnicas de clasificación con R		27/11/23	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	28/11/23	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Alberto Sánchez Alzola	Exposiciones/debate de trabajos en grupo		28/11/23	18:30-20:30
Comunicación Digital	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: José Berenguel / Francisco Javier Godoy	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.	29/11/2023	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 1				29/11/2023	18:30-20:30
DIA 1 / Sesión 2					
DIA 2 / 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.	30/11/2023	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2				30/11/2023	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Guadalupe Meléndez	Lenguaje audiovisual.	Se dedicará la sesión a profundizar sobre los aspectos clave del lenguaje audiovisual.	04/12/2023	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2				04/12/2023	18:30-20:30
DIA 4 / 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.	05/12/2023	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2				05/12/2023	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Francisco Javier Godoy	Videos corporativos	Se analizará la importancia que tienen hoy en día los videos corporativos, así como sus elementos destacados.	11/12/2023	16:00-18:00
DIA 5 / 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 y se continuará con la sesión sobre lenguaje audiovisual.	11/12/23	18:30-20:30
DIA 6 / 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.	12/12/2023	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2				12/12/23	18:30-20:30
DIA 7 / 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.	13/12/2023	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2				13/12/23	18:30-20:30

DIA 8 / 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.	14/12/2023	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2				14/12/23	18:30-20:30
DIA 9 / 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.	18/12/2023	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2				18/12/2023	18:30-20:30
DIA 10 / 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.	19/12/2023	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2				19/12/23	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	8/1/24	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	8/1/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Belén Macías Varela	Comunicación digital y cambio social.	Comunicación digital y cambio social	9/1/24	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	9/1/24	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	10/1/24	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	10/1/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Teresa Suárez Martín (externo)	Entrettenimiento y comunicación: advertainment o branded content, creación de contenidos	Metodología Inbound para ONL. Branded Content y su estrategia. Avergaming.	11/1/24	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	11/1/24	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.	15/1/24	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.	15/1/24	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	Sara Balderas Díaz	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) Tipos de alojamientos y dominios, plan de alojamiento. Taller WEB (proyecto WEB)	16/1/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	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	16/1/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Rubén Baena Pérez	Privacidad, accesibilidad y Seguridad	RGPD (en una web), LSSI-CE, seguimientos, ISO 27000, reglamento eprivacity. Seguridad y privacidad: Fingerprint, cookies, 'LoC' Federated Learning of Cohorts, pixel de seguimiento. Licencias	17/1/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Rubén Baena Pérez	Taller seguridad	Taller seguridad	17/1/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	José M. Mota	Consideraciones tecnológicas sobre 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, WAIS)	18/1/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	José M. Mota	Taller herramienta 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	18/1/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Alojamientos y Dominios	Instalación local de WordPress con Local WP.	22/1/24	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	22/1/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	CMS. Instalacion y configuracion LOCAL, remoto. Usuarios. Post. Página. Categorías. Etiquetas. Widget. Temas	23/1/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	.Plugins. Menús	23/1/24	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress		24/1/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	José M. Mota	Taller herramienta WEB	Taller SEO Técnico: herramientas de Google.	24/1/24	18:30-20:30

DIA 7 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes Básicos	25/1/24	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Constructores Visuales en WordPress	25/1/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Paquetes específicos: seguridad, RGPD, SEO, redirecciones...	29/1/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	29/1/24	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	30/1/24	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Sara Balderas Díaz	Wordpress	Desarrollo proyecto	30/1/24	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Rubén Baena Pérez	Wordpress/control	Wordpress/control	31/1/24	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	José M. Mota	Wordpress/control	Wordpress/control	31/1/24	18:30-20:30
Estrategia de Marketing Digital en la Empresa	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Orientación académica y profesional	Acción tutorial de apoyo y orientación al alumnado en la actividad académica del Máster	1/2/24	16:00-18:00
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	1/2/24	18:30-20:30
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	1/2/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Ana Medina (externo)	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 GuitarricadelaFuente 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 festival de música	5/2/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Ana Medina (externo)	Detrás de las redes sociales y de la comunicación musical	De la idea de negocio a la venta. Plan de marketing digital	5/2/24	18:30-20:30
DIA 3 / 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	6/2/24	16:00-18:00
DIA 3 / 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	6/2/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela (externo)	Conversiones	Optimización de conversiones en páginas web	7/2/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela (externo)	Conversiones	Optimización de textos para incrementar las ventas	7/2/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	José Luis Durán Valenzuela (externo)	Estrategias de Marketing Digital	Modelos de negocio en marketing digital	8/2/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	José Luis Durán Valenzuela (externo)	Estrategias de Marketing Digital	Los elementos de gestión del marketing digital	8/2/24	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Jesus Senin (externo)	Analytic	Utilidad y manejo de Google analytic	12/2/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Jesus Senin (externo)	Analytic	Utilidad y manejo del Semrush	12/2/24	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Jesus Senin (externo)	Analytic	Procesos de automatización y análisis de campañas mediante la herramienta Hotja	13/2/24	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Jesus Senin (externo)	Analytic	Mapas de calor Dashboards personalizables	13/2/24	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Juan Galera (externo)	Diseño Web - Wordpress y servidor local Xampp	Se crea un servidor local (Xampp) y se instala wordpress, los plugings fundamentales y el constructor visual de Divi	14/2/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Juan Galera (externo)	Diseño Web - Wordpress y servidor local Xampp	Se crea un servidor local (Xampp) y se instala wordpress, los plugings fundamentales y el constructor visual de Divi	14/2/24	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	Juan Galera (externo)	Prestashop	Se instala un Prestashop en el servidor local y se analizan sus funciones	15/2/24	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	Juan Galera (externo)	Woocommerce	Se instala Woocommerce en wordpress	15/2/24	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	Juan Galera (externo)	e-commerce	complementos de e-commerce	19/2/24	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	Juan Galera (externo)	e-commerce	complementos de e-commerce	19/2/24	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Alberto Alcántara (externo)	Modelos de negocio en marketing digital	Modelos de negocio en marketing digital	20/2/24	16:00-18:00
DIA 11 / Sesión 2	Alberto Alcántara (externo)	Modelos de negocio en marketing digital	Seguridad en internet. Web, hosting, e-commerce, ssl,	20/2/24	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	Javier Limones (externo)	SEO	SEO	21/2/24	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	Javier Limones (externo)	SEO	SEO	21/2/24	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	Javier Limones (externo)	SEO	SEO	22/2/24	16:00-18:00
DIA 13 / Sesión 2	Javier Limones (externo)	SEO	SEO	22/2/24	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Juan Jose Mier-Terán (externo)	Marca personal en el ámbito digital	Marca personal en el ámbito digital	26/2/24	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Juan Jose Mier-Terán (externo)	Marca personal en el ámbito digital	Marca personal en el ámbito digital	26/2/24	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Fran Bohorquez (externo)	Aplicaciones web complementarias	Amazon webservice. Microsoft azure. Apple services. Búsquedas especiales en Google	27/2/24	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Fran Bohorquez (externo)	Aplicaciones web complementarias	Modelo SAAS... Software as a service. Plataforma de servicios de Google. Amazon webserver (Getapp, alternativeto, Slack, Zoom, Wetransfer, etc.)	27/2/24	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	Lucía del Castillo (externo)	Publicidad. Cómo conseguir tus objetivos de marketing	Aumenta la notoriedad de tu marca con google ads	29/2/24	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	Lucía del Castillo (externo)	Campañas de Búsqueda	SEM y Campañas de Búsqueda con google ads	29/2/24	18:30-20:30
DIA 17 / Sesión 1	Lucía del Castillo (externo)	Optimizar campañas de búsqueda	Optimizar campañas de búsqueda de google ads. Pasos en la optimización	4/3/24	16:00-18:00
DIA 17 / Sesión 2	Lucía del Castillo (externo)	Campañas de display	Campañas de display con google ads	4/3/24	18:30-20:30
DIA 18 / Sesión 1	Lucía del Castillo (externo)	Campañas de vídeos	Campañas de vídeos. Campañas de publicidad en youtube y google ads	5/3/24	16:00-18:00
DIA 18 / Sesión 2	Lucía del Castillo (externo)	Campañas de Shopping	Campañas de Shopping. Anuncios de catálogo de productos en google	5/3/24	18:30-20:30
DIA 19 / Sesión 1	Lucía del Castillo (externo)	Campañas inteligentes	Implementar campañas automatizadas en google ads	6/3/24	16:00-18:00

DIA 19 / Sesión 2	Lucia del Castillo (externo)	Medición de resultados	Medición y análisis de la información	6/3/24	18:30-20:30
DIA 20 / Sesión 1	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo	7/3/24	16:00-18:00
DIA 20 / Sesión 2	Miguel Angel Sánchez Jiménez	Presentaciones	Presentaciones y debate de los trabajos en grupo	7/3/24	18:30-20:30
Estrategia de Marketing Digital en las ONL	Profesor/Ponente	Título de la sesión	Breve descripción del contenido	Día	Horario
Coordinador: César Serrano DIA 1 / Sesión 1	Cesar	Estrategias de MkDig en ONL	Investigación de mercados en el ámbito digital	11/3/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Cesar	Estrategias de MkDig en ONL	Investigación de mercados en el ámbito digital	11/3/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Juan José Mier-Terán (externo)	Estrategias de MkDig en ONL	Investigación de mercados en el ámbito digital	12/3/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Juan José Mier-Terán (externo)	Estrategias de MkDig en ONL	Investigación de mercados en el ámbito digital	12/3/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Pedro Pablo Marín	Marketing de influencer	Marketing de influencer	13/3/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Pedro Pablo Marín	Marketing de influencer	Marketing de influencer	13/3/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Marketing móvil e internet de las cosas	Marketing móvil e internet de las cosas	14/3/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Miguel Ángel Sánchez Jiménez	Marketing móvil e internet de las cosas	Marketing móvil e internet de las cosas	14/3/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Diego Gómez Carmona	Neuromarketing	Neuromarketing	18/3/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Diego Gómez Carmona	Neuromarketing	Neuromarketing	18/3/24	18:30-20:30
DIA 6 / Sesión 1	Antonio Mateo	Marketing político en el ámbito digital	Marketing político en el ámbito digital	19/3/24	16:00-18:00
DIA 6 / Sesión 2	Antonio Mateo	Marketing político en el ámbito digital	Marketing político en el ámbito digital	19/3/24	18:30-20:30
DIA 7 / Sesión 1	Rafael Cano Tenorio	Marketing deportivo en el ámbito digital	Marketing deportivo en el ámbito digital	20/3/24	16:00-18:00
DIA 7 / Sesión 2	Rafael Cano Tenorio	Marketing deportivo en el ámbito digital	Marketing deportivo en el ámbito digital	20/3/24	18:30-20:30
DIA 8 / Sesión 1	Javier Bueno (externo)	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a través de Mailchimp	21/3/24	16:00-18:00
DIA 8 / Sesión 2	Javier Bueno (externo)	Mail Marketing	Se explica paso a paso la creación de una campaña de mail marketing a través de Mailchimp	21/3/24	18:30-20:30
DIA 9 / Sesión 1	David Abril (externo)	Social Media	Se analiza la creación y mantenimiento de redes sociales para una ONL.	1/4/24	16:00-18:00
DIA 9 / Sesión 2	David Abril (externo)	Social Media	Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, Youtube (Hootsuite)	1/4/24	18:30-20:30
DIA 10 / Sesión 1	David Abril (externo)	Social Media	Estrategias para conseguir tráfico desde las RRSS	2/4/24	16:00-18:00
DIA 10 / Sesión 2	David Abril (externo)	Social Media	Gestión de Redes integradas	2/4/24	18:30-20:30
DIA 11 / Sesión 1	Marcial Picó (externo)	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología	3/4/24	16:00-18:00
DIA 11 / Sesión 2	Marcial Picó (externo)	FUNNEL	Sales funnel, para que sirve, escalera de valor, inbound funnel, terminología	3/4/24	18:30-20:30
DIA 12 / Sesión 1	Antonio Macarro	Photoshop: Iniciación a Photoshop	Iniciación a Photoshop. Herramientas y ventanas básicas. Prácticas	4/4/24	16:00-18:00
DIA 12 / Sesión 2	Antonio Macarro	Photoshop: Vectores e imágenes.	Vectores e imágenes. Capas y canales. Prácticas.	4/4/24	18:30-20:30
DIA 13 / Sesión 1	Antonio Macarro	Photoshop: Concepto de resolución.	Concepto de resolución. Formatos de imágenes. Prácticas	8/4/24	16:00-18:00
DIA 13 / Sesión 2	Antonio Macarro	Photoshop: Gráficas	Dimensiones de gráficas para social media. Prácticas	8/4/24	18:30-20:30
DIA 14 / Sesión 1	Antonio Macarro	Photoshop: Canales	Canales vs capas. Máscara de capa vs máscara de recorte. HDR vs ORTON. Prácticas	9/4/24	16:00-18:00
DIA 14 / Sesión 2	Antonio Macarro	Photoshop: Retoques	Herramientas de retoque: tampón clonar, pincel corrector y parche. Prácticas. Evaluación final	9/4/24	18:30-20:30
DIA 15 / Sesión 1	Antonio Macarro	Illustrator: Iniciación a Illustrator.	Iniciación a Illustrator. Herramientas y ventanas básicas. Prácticas	10/4/24	16:00-18:00
DIA 15 / Sesión 2	Antonio Macarro	Illustrator: Creación de logotipos vectoriales.	Creación de logotipos vectoriales, Creación de tríptico corporativo y su preimpresión. Herramientas y ventanas básicas. Prácticas. Evaluación final	10/4/24	18:30-20:30
DIA 16 / Sesión 1	César Serrano	Evaluación	Evaluación	11/4/24	16:00-18:00
DIA 16 / Sesión 2	César Serrano	Evaluación	Evaluación	11/4/24	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 el Marketing Social.	15/4/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Campañas sociales.	15/4/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Modelo de planificación y gestión de campañas de marketing social	16/4/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Araceli Galiano	Marketing y Marketing Social	Aplicación de las estrategias de marketing social en campañas sobre causas sociales	16/4/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Estudio de Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok para campañas sociales (Fanpage Karma).	17/4/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Araceli Galiano	Social Media en Marketing Social	Análisis social media en campañas sociales	17/4/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Ismael Traba	Metricool como recurso de gestión en redes sociales aplicada al marketing social.	Creación de cuenta y gestión de la herramienta Metricool como plataforma para la planificación, publicación y análisis del mensaje social en RRSS dentro del marco de las acciones de comunicación digital de las ONG.	18/4/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Ismael Traba	Metricool como recurso de gestión en redes sociales aplicada al marketing social.	Creación de cuenta y gestión de la herramienta Metricool como plataforma para la planificación, publicación y análisis del mensaje social en RRSS dentro del marco de las acciones de comunicación digital de las ONG.	18/4/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Araceli Galiano	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	22/4/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Araceli Galiano	Práctica de la asignatura	Práctica de la asignatura	22/4/24	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	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	23/4/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Miguel Ángel González Sánchez	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	23/4/24	18:30-20:30
DIA 2 / 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 movimienta; conceptos y dinámicas específicas (ciberactivismo, activismo de click, identidad digital, engagement de los movimientos...)	24/4/24	16:00-18:00
DIA 2 / 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	24/4/24	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	25/4/24	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	25/4/24	18:30-20:30
DIA 4 / 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	29/4/24	16:00-18:00
DIA 4 / 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	29/4/24	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	30/4/24	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	30/4/24	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: Salustiano Martínez Fierro DIA 1 / Sesión 1	Paula Lechuga	Dirección de empresas en entornos digitales.	Aplicación y desarrollo del concepto de estrategia al ámbito de las empresas digitales.	2/5/24	16:00-18:00
DIA 1 / Sesión 2	Paula Lechuga	Dirección de empresas en entornos digitales.	Planificación empresarial en el ámbito digital.	2/5/24	18:30-20:30
DIA 2 / Sesión 1	Pilar Rincón García (externo)	Creación de empresas en entornos digitales	Contenido de los distintos servicios a emprendedores y empresarios ofrecidos desde la red de centros Andalucía Emprende de la Junta de Andalucía	13/5/24	16:00-18:00
DIA 2 / Sesión 2	Pilar Rincón García (externo)	Creación de empresas en entornos digitales	Contenido de los distintos servicios a emprendedores y empresarios ofrecidos desde la red de centros Andalucía Emprende de la Junta de Andalucía	13/5/24	18:30-20:30
DIA 3 / Sesión 1	Antonio López-Triviño Junco (externo)	Creación de empresas en entornos digitales	Repaso por los distintos trámites a seguir para crear una empresa según la modalidad jurídica seleccionada	14/5/24	16:00-18:00
DIA 3 / Sesión 2	Antonio López-Triviño Junco (externo)	Creación de empresas en entornos digitales	Repaso por los distintos trámites a seguir para crear una empresa según la modalidad jurídica seleccionada	14/5/24	18:30-20:30
DIA 4 / Sesión 1	Paula Lechuga	Dirección de empresas en entornos digitales	Competencias digitales.	15/5/24	16:00-18:00
DIA 4 / Sesión 2	Paula Lechuga	Creación de empresas en entornos digitales	Digital Business Plan.	15/5/24	18:30-20:30
DIA 5 / Sesión 1	Salustiano Martínez Fierro	Creación de empresas en entornos digitales	Explicación del modelo Canvas para la obtención del modelo de negocio.	16/5/24	16:00-18:00
DIA 5 / Sesión 2	Salustiano Martínez Fierro	Creación de empresas en entornos digitales	Práctica. Realización en grupos de un lienzo canvas sobre una idea de negocio digital.	16/5/24	18:30-20:30