SEO Marketing

Curso Académico: (2020 / 2021) **Fecha de revisión: 08/07/2020 20:49:18**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ESTEBAN BRAVO, MERCEDES

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS

COMPETENCIAS
CB7 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con el área de estudio
CB8 Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de los conocimientos y juicios
CG1 Solidez en los conocimientos teóricos fundamentales del Marketing e Investigación de Mercados

CG3 Habilidad para la toma de decisiones
CG8 Habilidad para la resolución de problemas reales
CG9 Capacidad para trabajar en equipo ante entornos diversos, bien sean homogéneos, interdisciplinarios, multiculturales o internacionales.
CG12 Capacidad de dirección y liderazgo
CG13 Tolerancia democrática y respeto por la diversidad (sexo, raza, cultura).
CG17 Motivación por la calidad
CE6 Conocer los principios básicos de la aplicación de estrategias de marketing en contexto digital. Saber elegir y aplicar las herramientas del marketing digital más utilizadas.
CE11 Análisis, valoración y toma de decisiones sobre comunicación (conocer las herramientas de publicidad y su marco jurídico, organizar la gestión de campañas, comunicación online, dirección de las relaciones públicas y comunicación corporativa, gestión de promociones de venta, control y medición de la respuesta del mercado y elección del presupuesto de comunicación)

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE
El alumno distingue entre los distintos instrumentos del marketing basado en motores de búsqueda.
El alumno aplica los instrumentos SEO para mejorar la gestión del marketing de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

1. Conceptos básicos de Internet y del motor de búsqueda: marketing web y marketing móvil
2. Search Engine Optimization (SEO): Arquitectura de motores de búsqueda y algoritmos
3. Investigación y análisis de palabras clave
4. Diseño / desarrollo de sitios web
5. Sitio web dinámico SEO
6. App Store Optimization (APO)
7. Informes y gestión

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

La asignatura será bimodal 50 % (docencia online síncrona en grupo magistral o agregado, docencia presencial en grupo reducido).

Actividades formativas de la materia
AF3 Clases teórico prácticas

AF6 Trabajo en grupo
AF7 Trabajo individual del estudiante

Código actividad	Nº Horas totales	Nº Horas Presenciales	% Presencialidad Estudiante
AF3	105	105	100
AF6	145	0	0
AF7	125	0	0
TOTAL MATERIA	375	105	

METODOLOGÍAS DOCENTES
MD1 Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.
MD2 Lectura crítica de textos recomendados por el profesor de la asignatura: Sentencias y resoluciones, artículos de prensa, informes, manuales y/o artículos académicos, bien para su posterior discusión en clase, bien para ampliar y consolidar los conocimientos de la asignatura.
MD3 Resolución de casos prácticos, problemas, etc.¿ planteados por el profesor de manera individual o en grupo
MD4 Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos
MD5 Elaboración de trabajos e informes de manera individual o en grupo

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Peso porcentual del Examen/Prueba Final: 40

Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

SISTEMAS DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS REFERIDOS A MATERIAS
SE1 Participación en clase
SE2 Trabajos individuales o en grupo realizados durante el curso
SE3 Examen final

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación Máxima (%)
SE1	20	60
SE2	40	60
SE3	0	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Adam Clarke, SEO 2017: Learn Search Engine Optimization With Smart Internet Marketing Strategies, 2016, CreateSpace Independent Publishing Platform

- Jason McDonald SEO Fitness Workbook: 2018 Edition: The Seven Steps to Search Engine Optimization Success on Google , CreateSpace Independent Publishing Platform; Workbook edition (20 Nov. 2016), 2016

- Stephan Spencer, Jessie Stricchiola The Art of SEO Mastering Search Engine Optimization , 3/e, Eric Enge, O Reilly Media, 2015