

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 22-03-2023

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

ACTIVIDADES FORMATIVAS DE LA MATERIA

- AF3 Clases teórico prácticas
- AF6 Trabajo en grupo
- AF7 Trabajo individual del estudiante

Código actividad N°	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 Final: 40

Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

La evaluación final se basa en:

Participación en clase, resolución de ejercicios y casos reales: 60%

Examen final: 40%.

Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, es necesario obtener un mínimo de 4 puntos (de un total de 10 posibles) en el examen final. Si se suspende la asignatura, el estudiante tiene que presentarse a la convocatoria extraordinaria. En esta convocatoria extraordinaria, se aplica el mismo criterio de evaluación.

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