



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: INTELIGENCIA DE MARKETING: MÉTRICAS DE MARCA Y MONITOREO

POSTGRADO: MASTER EN COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Prof. Alberto Martín

ECTS.

3

SEMICUATRIMESTRE:

3

**CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA
PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA**

S	s	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO		Indicar espacio distinto de aula (aula informática, audiovisual, etc.)	TRABAJO SEMANAL DEL ESTUDIANTE		
			GRANDE	PEQUEÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO (Max. 7h semana)
1	1	1. Introducción	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	2	2. Funcionalidad	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	3	2. Funcionalidad	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
2	4	3. Herramientas	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	5	3. Herramientas	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	6	4. Google Analytics	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
3	7	4. Google Analytics	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	8	5. Analítica en Social Media	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	9	5. Analítica en Social Media	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
4	10	6. Métricas principales	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	11	6. Métricas principales	x			Clases y trabajo del estudiante	1,5	2
	12	7. Complementos	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
5	13	8. Informes	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
	14	8. Informes	X			Clases y trabajo del estudiante	1,5	3
Subtotal 1							21	34
						Total 1 (Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-5)		55
6-8	Recuperaciones y entregas de trabajos							7
	Tutorías							2
	Preparación de evaluación y evaluación							11
						Total 2 (Horas de trabajo del alumno entre las semanas 7-8)		20
HORAS TOTALES (Total 1 + Total 2: Horas presenciales y de trabajo del alumno entre las semanas 1-8)								75