Instituto Universitario de Ciencias Empresariales

Centro adscrito a Universidad Camilo José Cela

AÑO ACADEMICO 2025/26

Máster Universitario en Dirección Comercial y Marketing

RUCT 4315986

Guía docente

Materia

7. Marketing y Comercialización en Entornos Digitales

Datos de la materia

TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6.00	2º	0%	Español

Contenidos de la Materia

1. Tendencias en los medios digitales y las estrategias de digitalización que las acompañan, los modelos de negocio y sus oportunidades, la metodología para la elaboración de un plan de Marketing Digital, el enfoque y las técnicas del Mobile Marketing.
2. Planificación estratégica en el e-Commerce.
3. Metodología para el diseño y desarrollo de proyectos de negocio e-Business .
4. Search Engine Optimization (SEO), App Store Optimization (ASO), Search Engine Marketing (SEM) e Inbound Marketing.
5. Estrategias de e-Branding .
6. Omnicanalidad y Customer Experience.

Bibliografía de la Materia

1. Godin, S. (2019). Esto es marketing . Paidós.
2. Gorostiza, I., y Barainca, A. (2020). Data Anlytics, mide y vencerás (Social Media). Anaya Multimedia.
3. Gallardo, R. (2021). Marketing Práctico para PyMES. Rubén Gallardo Lobato.
4. Kingsnorth, S. (2022). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page Publishers.
5. Sanchez, S., y Rubio, F. (2023). Estrategias de Copy + Neuromarketing y SEO. Persuasión, posicionamiento y conversión. Anaya Multimedia.

Resultados de Aprendizaje de la Materia

A. Identificación de las tendencias en los medios digitales y las estrategias de digitalización.
B. Dominio de la planificación estratégica en el ámbito del eCommerce.
C. Dominio de la metodología para el diseño y desarrollo de proyectos de negocio eBusiness.
D. Dominio del Search Engine Marketing (SEM).
E. Identificación de las estrategias de eBranding.
F. Dominio de la multicanalidad en el marco del eBranding.

Resultados de aprendizaje

Conocimientos o contenidos	Habilidades o destrezas	Competencias
CN01, CN02, CN04	HB01, HB02, HB03	CM01, CM02, CM04, CM05, CM06

Actividades Formativas de la Materia	1.	2.	3.	4.
	MU DCM - Clases teóricas Metodologías docentes: Videoconferencias, Conferencias y Tutorías. Cada unidad contiene: Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos, Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos, Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos, Test de auto evaluación de 40 preguntas. Horas actividad: entre 5h y 20h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Clases prácticas** Metodologías docentes: Workshops, Casos y Tutorías. Cada unidad contiene: Audiovisual descriptivo de los casos prácticos, Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Horas actividad: entre 5h y 10h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Foros** Metodologías docentes: Debates y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres ítems y a realizar a través del Foro de debate on-line. Horas actividad: 5h. Presencialidad: 0%.	**MU DCM - Trabajos Individuales** Metodologías docentes: Simulación, Ejercicios, Trabajos y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de trabajo individual, a realizar a través de un aplicativo especifico. Horas actividad: entre 120h y 130h. Presencialidad: 0%.
Sistemas de Evaluación de la Materia	1.	2.	3.	4.
	Evaluación virtual de contenidos teóricos: resolución de 40 preguntas test. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación virtual de contenidos prácticos. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación de Foros y Tutorías. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 10% del total.	Evaluación de los trabajos. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 30% del total.
Profesor/a	Dr. Jordi Sauret Pont			