



---

## Plan Docente

**M4.078 - Marketing digital y de contenidos**

sep 22 oct 22

Créditos: 3.0

**Profesorado responsable de la  
asignatura**

Ana Isabel Jiménez Zarco y Julia Wolny

**Profesorado colaborador**

Oscar Carbonell Dolz

---

### Índice

#### Presentación

Descripción

La asignatura en el conjunto del plan de estudios

Campos profesionales en que se proyecta

---

#### Objetivos y competencias

---

#### Contenidos

---

#### Recursos

Consulta de los recursos de aprendizaje de la UOC para la asignatura

Información adicional sobre los recursos de aprendizaje y herramientas de apoyo

---

#### Metodología

---

#### Evaluación

Informaciones sobre la evaluación en la UOC

Consulta del modelo de evaluación

Evaluación continua

Feedback

---

#### Fechas clave

---

---

## Presentación

## Descripción

La asignatura de Marketing Digital y de Contenidos ofrece visión integral sobre los diferentes aspectos que las empresas han de considerar una vez han decidido estar presentes en el entorno digital. A través de ella, los estudiantes podrán conocer como las empresas aproximan con éxito a sus mercados digitales, tratando de satisfacer adecuadamente las necesidades de los consumidores, ofreciéndoles el máximo valor en este entorno, especialmente a través de la creación de contenidos.

Esta asignatura, introducirá los temas más relevantes y novedosos en el ámbito del marketing digital, y en especial del marketing de contenidos. Poniendo un especial énfasis en la necesidad de considerar las características de éste entorno donde se encuentran empresas y clientes, y cómo los contenidos creados y compartidos entre ellos, son claves en la creación de relaciones.

Y es que los directivos de marketing necesitan estar preparados para actuar en el complejo y turbulento mundo de los negocios, primando las relaciones a largo plazo con sus clientes. Y para ello se requiere que desarrollen la capacidad de pensar y actuar como especialistas de marketing en un entorno global, dinámico pero altamente incierto. Esto requiere comprender situaciones de marketing complejas y cambiantes, determinar las mejores estrategias de marketing digital y de contenidos para estas situaciones y llevarlas a cabo de manera efectiva.

## La asignatura en el conjunto del plan de estudios

La asignatura de Marketing digital y de contenidos es una asignatura obligatoria del Programa Master Universitario en Dirección Ejecutiva de Empresas. Dentro del área de Soporte de valor, la asignatura tiene una carga lectiva es de 3 créditos

## Campos profesionales en que se proyecta

La asignatura esta dirigida para aquellos profesionales que desarrollan su actividad en el ámbito del marketing, con especial interés en el marketing digital y en el desarrollo de estrategias de content marketing.

---

## Objetivos y competencias

Los objetivos y competencias de la asignatura son:

Competencias Transversales:

CT1 - Comunicarse de manera efectiva en un entorno profesional global.

CT2 - Adoptar y promover actitudes y comportamientos por parte de los miembros de una organización en consonancia con una práctica profesional ética y responsable.

CT4 - Desarrollar el pensamiento crítico y reflexivo, fundamentado en el conocimiento académico y en el conocimiento aplicado en la práctica profesional.

Las competencias específicas son:

CE4 - Analizar y evaluar el funcionamiento de las distintas áreas funcionales de las empresas

CE7 - Generar e implementar estrategias globales competitivas y sostenibles

---

## Contenidos

**Reto 1. ¿Cómo las compañías adoptan su estrategia de marketing digital a sus objetivos, audiencias y presupuestos?**

Vídeo 1. ¿Cómo se formulan los objetivos de marketing?

---

Vídeo 2. Las diferencia entre canales de marketing digital, plataformas y métodos.

---

Vídeo 3. El viaje del cliente multicanal

---

Vídeo 4.Importancia de los datos en la experiencia digital del cliente.

---

Chapter 1. introducing to digital Marketing (pp.4-41) Book Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson UK.

---

Chapter 4. Digital Marketing Stratey (pp.136-185) Book Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital marketing. Pearson UK.

---

## **Reto 2. ¿Cuál es la relación entre las estrategias de marketing de contenidos y de marketing digital?**

Vídeo 1. ¿Qué es el marketing de contenidos?

---

Vídeo 2. Content format. ¿Por qué?

---

Vídeo 3. ¿Por qué los contenidos necesitan una estrategia?

---

Vídeo 5. Relación entre el social Media y el Social Commerce

---

Marketing de contenidos. (PID\_00248317 Material de la asignatura Marketing de contenidos, del master de Marketing digital)

---

## **Recursos**

### **Consulta de los recursos de aprendizaje de la UOC para la asignatura**

<b>Material</b>	<b>Soporte</b>
Marketing de contenidos	<b>Xml</b>
Marketing de contenidos	<b>Audiolibro</b>
Marketing de contenidos	<b>ePub</b>
Marketing de contenidos	<b>Mobipocket</b>
Marketing de contenidos	<b>Videolibro</b>
Marketing de contenidos	<b>HTML5</b>

Marketing de contenidos	Pdf
Video 5: La diferencia entre canales de marketing digital, plataformas y métodos	<b>Audiovisual</b>
Video 2: Importancia de los datos en la experiencia digital del cliente	<b>Audiovisual</b>
Video 1: Cómo se formulan los objetivos de marketing?	<b>Audiovisual</b>
Video presentación asignatura	<b>Audiovisual</b>
Video 8: ¿Cuáles son los diferentes formatos de contenido?	<b>Audiovisual</b>
Video 6. Comprendiendo la multicanalidad en el customer journey	<b>Audiovisual</b>
Video 7. ¿Por qué el contenido necesita una estrategia?	<b>Audiovisual</b>
Video 3. ¿Qué es el marketing de contenidos?	<b>Audiovisual</b>
Video 4. Relación entre el social Media y el Social Commerce	<b>Audiovisual</b>
Video 9: ¿Quién está en el negocio de la publicación de contenidos?	<b>Audiovisual</b>
¿Como las compañías adaptan su estrategia de marketing digital a sus objetivos, audiencias y presupuestos?	<b>NIU</b>
Relación entre la estrategia de marketing de contenidos y marketing digital	<b>NIU</b>
Presentación Asignatura	<b>NIU</b>

## Información adicional sobre los recursos de aprendizaje y herramientas de apoyo

---

### Metodología

La metodología de trabajo de la asignatura se basa en la resolución de problemas o NIUS, que un profesional del ámbito encontraría a la hora de abordar una estrategia. Para cada NIU, los estudiantes cuentan con diferentes recursos que les serán de gran utilidad para comprender el reto al que se enfrentan, y poder darle una solución.

Además, en el aula encontrareis diferentes espacios:

#### Espacio de comunicación

A través de las herramientas para la comunicación actualmente disponibles en el aula, la interacción del profesor consultor con los estudiantes se establece de acuerdo con las siguientes pautas orientativas:

- **BBTaula**. Este es el espacio básico de comunicación del consultor con los estudiantes, de visita imprescindible

para el seguimiento del curso. A lo largo del semestre encontraréis, entre otras, las siguientes informaciones:

- Orientaciones para afrontar el estudio de cada módulo didáctico, con indicaciones sobre los puntos de mayor y

menor importancia, su grado de dificultad, etc.

- Requerimientos de presentación, fechas de entrega, etc. de las actividades a realizar para seguir la evaluación

continua.

- Puesta en común de respuestas a dudas y cuestiones particulares que se consideren de interés general para el

grupo.

· Indicaciones para la resolución de las actividades de evaluación continua planteadas.

- **BBFòrum.** Este es un espacio abierto a las iniciativas de los estudiantes y el consultor de la asignatura, donde se

podrán plantear:

· Dudas, comentarios y cuestiones relacionadas con los contenidos de la asignatura, y que los estudiantes deseen compartir con sus compañeros.

· Temas de actualidad relacionados con la asignatura que los estudiantes o el consultor deseen poner en común

y debatir.

· Comentarios, observaciones de errores y sugerencias para la mejora del material de la asignatura.

· ... y cualquier otro tema relacionado con la asignatura que desee plantear!

A través de este espacio también se realizará la discusión de los casos prácticos o debates que proponga el consultor. Se espera, pues, ¡vuestra participación!

- **Participantes del aula.** Aquí podéis encontrar el listado de sus compañeros.

### **Línea de tiempo de planificación**

En este espacio del aula encontraréis una línea de tiempo donde se representan en círculos las diferentes actividades de la asignatura. Allá se recogen las fechas clave del semestre, como las fechas para hacer la presentación al resto de compañeros, las fechas de entrega de las actividades y las fechas de estudio para las pruebas finales de la asignatura. En este último se incluirán las instrucciones y comentarios para preparar las pruebas finales y la información básica sobre su formato y contenido.

La planificación establecida propone una temporalización para el estudio de la asignatura, teniendo en cuenta el tiempo que es aconsejable dedicar de forma general a cada uno de los módulos. Y si bien es el propio estudiante que acabará marcando su ritmo de estudio particular, el que aquí se propone está pensado para que podáis seguir adecuadamente la evaluación continuada que se ha establecido por la asignatura. En cualquier caso, las fechas determinantes son las relativas a la evaluación continuada, mientras que las correspondientes al estudio del material didáctico tienen valor orientativo. Así, se representan gráficamente a la línea de tiempo de planificación de la siguiente manera: las marcadas con un nódulo con fecha equivalen a las actividades evaluables, por el contrario, los nódulos sin fecha equivalente a lo entrega de las GES.

### **Espacio de recursos**

En este espacio dispone de los materiales de la asignatura, así como otras fuentes de información de interés.

Espacio de evaluación

- **Entrega de actividades.** El buzón Entrega de actividades es el espacio donde deben dirigirse sus actividades

resueltas de evaluación continua, y donde sólo tiene acceso el profesor consultor. El estudiante hará llegar al consultor su actividad de evaluación continua por medio de este espacio durante alguno de los días comprendidos entre la fecha de inicio y la fecha final señalada en el espacio de Planificación.

Teniendo en cuenta que la fecha de cierre de la actividad es una fecha límite, se recomienda no agotar el plazo

de entrega. Igualmente, el envío de soluciones a las aulas impide tomar en consideración las actividades que se

entreguen posteriormente.

La entrega de la actividad se llevará a cabo a través de un archivo adjunto a un mensaje. Por un lado, para entregar sus ejercicios resueltos debe utilizar la misma plantilla que se le ha proporcionado como enunciado.

Por otra parte, el título del mensaje deberá coincidir con el nombre del archivo que contiene la actividad, de acuerdo con la siguiente estructura:

\* Las páginas del documento deben estar numeradas. También deberá constar el número de páginas totales del documento.

\* En el documento figurará su nombre y apellidos, el nombre de la asignatura, el número de la actividad de evaluación continua a que corresponde, así como la fecha límite que ha establecido para su entrega.

Las páginas del documento deben estar numeradas y se hará constar el número de páginas totales del documento. Debéis entregar vuestro ejercicio resuelto en el mismo archivo que habéis recibido el enunciado.

El número máximo de páginas de los documentos se fijará para cada actividad.

- **Notas.** En este espacio podréis consultar las calificaciones desde el inicio hasta el final de la asignatura.

---

## Evaluación

### Informaciones sobre la evaluación en la UOC

El proceso de evaluación se fundamenta en el trabajo personal de cada estudiante y presupone la autenticidad de la autoría y la originalidad de los ejercicios realizados.

La falta de autenticidad en la autoría o de originalidad de las pruebas de evaluación; la copia o el plagio; el intento fraudulento de obtener un resultado académico mejor; la colaboración, el encubrimiento o el favorecimiento de la copia, o la utilización de material o dispositivos no autorizados durante la evaluación, entre otras, son conductas irregulares que pueden tener consecuencias académicas y disciplinarias graves.

Por un lado, si se detecta alguna de estas conductas irregulares, puede comportar el suspenso (D/0) en las actividades evaluables que se definan en el plan docente - incluidas las pruebas finales - o en la calificación final de la asignatura, ya sea porque se han utilizado materiales o dispositivos no autorizados durante las pruebas, como redes sociales o buscadores de información en internet, porque se han copiado fragmentos de texto de una fuente externa (internet, apuntes, libros, artículos, trabajos o pruebas del resto de estudiantes, etc.) sin la correspondiente citación, o porque se ha practicado cualquier otra conducta irregular.

Por el otro, y de acuerdo con las normativas académicas, las conductas irregulares en la evaluación, además de comportar el suspenso de la asignatura, pueden dar lugar a la incoación de un procedimiento disciplinario y a la aplicación, si procede, de la sanción que corresponda.

La UOC se reserva la potestad de solicitar al estudiante que se identifique o que acredite la autoría de su trabajo a lo largo de todo el proceso de evaluación por los medios que establezca la universidad (síncronos o asíncronos). A estos efectos, la UOC puede exigir al estudiante el uso de un micrófono, una cámara u otras herramientas durante la evaluación y que este se asegure de que funcionan correctamente.

La verificación de los conocimientos para garantizar la autoría de la prueba no implicará en ningún caso una segunda evaluación.

### Consulta del modelo de evaluación

Esta asignatura solo puede superarse a partir de la evaluación continua (EC). La nota final de evaluación continua se convierte en la nota final de la asignatura. La fórmula de acreditación de la asignatura es la siguiente: EC.

### Opción para superar la asignatura: EC

Nota final de asignatura: EC

## Evaluación continua

La evaluación continua es la opción recomendada en nuestra universidad. En este sentido, es importante entenderla no sólo como un instrumento para la evaluación durante el semestre, sino como una herramienta para el aprendizaje progresivo de los contenidos de la asignatura.

La metodología de trabajo propia de la evaluación continua ofrece muchas ventajas en un entorno no presencial de aprendizaje:

- permite establecer un ritmo de seguimiento y trabajo constante necesario para el aprendizaje. El ir avanzando progresivamente en el estudio, trabajo y asimilación del contenido de la asignatura contribuye a llegar, de una forma más amena, a la consecución final de unos buenos conocimientos.
- permite ponderar el grado de asimilación del contenido que vaya trabajando mediante la actividad, al tiempo que puede poner de relieve dudas que con el estudio individual habrían pasado inadvertidos. El hecho de incidir sobre determinados conceptos desde diferentes ópticas de forma recurrente hace de la evaluación continua una herramienta útil para su aprendizaje.
- permite al consultor valorar si el estudiante ha alcanzado los conocimientos que se tratan los módulos didácticos de la asignatura.

El seguimiento de la evaluación continua requiere un esfuerzo importante por parte del estudiante, pero es totalmente recomendable y constituye un factor clave para la consecución con éxito de los objetivos de la asignatura.

Durante el semestre se propondrán **2 pruebas de evaluación continua** que serán necesario de realizar y entregar, así como de **2 debates** en los que será necesario participar. para poder superar la asignatura.

Tened en cuenta que si no entregáis ninguno de los ejercicios establecidos en la evaluación continuada o sólo uno de ellos se os asignará la calificación N.

Sobre la copia y el plagio

Por otro lado conviene tener en cuenta que La Normativa académica de la UOC dispone que el proceso de evaluación se fundamenta en el trabajo personal del estudiante y presupone la autenticidad de la autoría y la originalidad de los ejercicios realizados.

La falta de originalidad en la autoría o el mal uso de las condiciones en las que se hace la evaluación de la asignatura es una infracción que puede tener consecuencias académicas graves.

El estudiante será calificado con un suspenso (D/0) si se detecta falta de originalidad en la autoría de alguna actividad evaluable (práctica, prueba de evaluación continua (PEC) o final (PEF), o la que se defina en el plan docente), ya sea porque ha utilizado material o dispositivos no autorizados, ya sea porque ha copiado de forma textual de internet, o ha copiado de apuntes, de materiales, manuales o artículos (sin la citación correspondiente) o de otro estudiante, o por cualquier otra conducta irregular.

La calificación de suspenso (D/0) en la evaluación continua (EC) puede conllevar la obligación de hacer el examen presencial para superar la asignatura (si hay examen y si superarlo es suficiente para superar la asignatura según indique este plan docente).

## Feedback

Una vez finalizado el plazo de entrega, el estudiante podrá acceder a la solución a las actividades en forma de respuestas

tipo, que debe constituir una herramienta importante a la hora de preparar la asignatura. Cabe destacar que el sentido de las

respuestas tipo es el de permitirles contrastar con sus propias respuestas y detectar los aciertos y los errores, realizando así

una labor de autoevaluación.

Mediante el registro de evaluación continua, accederéis a la nota de cada prueba de evaluación. Las calificaciones estarán

introducidas en el plazo de una semana desde el límite del plazo de entrega de la actividad correspondiente. El profesor

consultor informará en el tablón de su publicación e indicará los errores más frecuentes y los aspectos de interés que se

hayan detectado en la tarea de corrección de las actividades entregadas.

---

## Fechas clave

### Actividades evaluables

Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución	Calificación
Debate 1. Una estrategia de Marketing Digital	16/09/2022	25/09/2022	-	-
Reto 1. ¿Cómo las compañías adaptan su estrategia de marketing digital a sus objetivos, audiencias y presupuestos?	15/09/2022	02/10/2022	09/10/2022	09/10/2022



Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución	Calificación
Co-Evaluación del Reto 1	03/10/2022	05/10/2022	-	08/10/2022
Debate 2. Marketing de Contenidos	05/10/2022	13/10/2022	-	-
Reto 2. ¿Cuál es la relación entre las estrategias de marketing de contenidos y marketing digital?	03/10/2022	16/10/2022	23/10/2022	23/10/2022
Co-Evaluación del Reto 2	16/10/2022	18/10/2022	-	21/09/2022

### Actividades no evaluables

Nombre	Inicio / Enunciado	Entrega	Solución
Presentación de la asignatura de Marketing Digital	14/09/2022	15/09/2022	-
Creación de los equipos de Marketing Digital	14/09/2022	16/09/2022	-