

Destinatario:	Servicio de Ordenación Académica	
Denominación del Módulo (o Materia/Asignatura)	Carácter	
Estrategias digitales	☒ Obligatorio ☐ Optativo	
Responsable del Módulo (o Materia/Asignatura) (nombre, filiación y datos de contacto profesional)		
Prof ^a Dra. María Fuentes. Departamento de Organización de Empresas y Marketing. [REDACTED]		
Duración y fecha inicial y final de realización	10/4/23 – 14/5/23	
Requisitos previos (en su caso)		
Ninguno		
Modalidad de enseñanza		
☐ Presencial	☐ Semipresencial	☒ Virtual
Objetivos, competencias y resultado del aprendizaje		
OBJETIVOS Comprender las ventajas de un buen posicionamiento y las posibilidades del SEO/SEM. Conocer y gestionar las dimensiones del posicionamiento web Comprender la complejidad de la comunicación red, las singularidades de cada plataforma social media y su papel en el sistema comunicativo. Identificar las características, estructura y funcionamiento de las principales redes sociales como medios publicitarios Analizar los distintos ámbitos de aplicación de los social media COMPETENCIAS Aplicar los conocimientos adquiridos y ser capaz de resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio. Reconocer y evaluar la relevancia y significación de la información, identificando las implicaciones y consecuencias de un argumento o razonamiento. Aplicar de forma crítica el uso de las redes sociales en el ámbito profesional de referencia. Detectar y gestionar las interacciones, interrelaciones y/o el valor de los nodos que se crean en la comunicación red propia de entornos social media.		

¹ Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Aprender a diferenciar el SEO del SEM, entendiendo cómo sacar provecho a cada uno. Conocer los principales conceptos del social media, así como de las plataformas y herramientas que se utilizan para comunicar o compartir información en el entorno digital y como medio publicitario.

Contenidos y bibliografía

- Posicionamiento en buscadores
 - ¿Qué es el posicionamiento en buscadores y cómo funciona?
 - Entendiendo las SERPS
 - SEO on Page: Contenidos. SEO técnico y WPO
 - SEO off page
 - Analítica para SEO
 - SEM, marketing en motores de búsqueda
- Social Media Marketing e Influencer marketing
 - Introducción al social media marketing
 - Redes sociales actuales
 - Estrategias de social media marketing
 - La figura del Community Manager
 - Herramientas
 - Social ads
 - Monitorización y reputación online
 - Analítica
 - Introducción: el rol del influencer en la gestión del marketing
 - Tipología de influencers
 - Plataformas de marketing de influencers
 - Desarrollo y gestión de la acción de marketing de influencers (comunicación integrada de marketing)
 - Control de resultados

Número de créditos ECTS

- Créditos teóricos: 6
- Créditos prácticos: 3
- Distribución de horas de trabajo del estudiante:
 - Nº total de horas: 225
 - ☐ Clases Teóricas: 45 ☐ Clases Prácticas: 23
 - ☐ Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
 - Colectivas: 25
 - Individuales: 5
 - ☐ Realización de Actividades Académicas Dirigidas:
 - Con presencia del profesor:
 - Sin presencia del profesor: 35
 - ☐ Otras actividades (especificar):
 - Intervención en foros: 5
 - Atención de correos y chats
 - Preparación de clases: 40
 - Realización de ejercicios prácticos: 45
 - Exámenes: 2
 - Otros:

Cronograma de desarrollo docente

¹ Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

Módulo	Materia/ Asignatura	Profesor	Nº de ECTS presenciales	Nº de ECTS virtuales	Fecha inicio	Fecha final	Horarios
Estrategias digitales	Posicionamiento en buscadores	Dra. Dña. Ana Castillo D. Francisco Rubio		3	10/4/23	23/4/23	
	Social Media Marketing e Influencer marketing	Dra. Dña. María Fuentes D. Francisco Rubio Dra. Dña. Luna Santos		6	24/4/23	14/5/23	
Sistema de evaluación							
La calificación del módulo se realizará otorgando un valor del 50% al test y el otro 50% al trabajo final de clase subido a la plataforma.							
Observaciones							
En Córdoba, a 7 de febrero de 2022. Profª Dra. Luna Santos Fdo.: Luna Santos Firmado digitalmente por Profª Dra. Luna Santos Fecha: 2022.02.06 11:27:33 +01'00'							

Conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal (Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril) le informamos que los datos personales que nos ha facilitado pasarán a ser tratados por la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA como responsable del tratamiento, siendo órgano competente en la materia la Dirección del Área de Gestión Académica (Monasterio Santa María de las Cuevas, C/ Américo Vespucio nº2. Isla de La Cartuja. 41092 Sevilla) ante quien Vd. puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación, oposición o portabilidad señalando concretamente la causa de su solicitud y acompañando copia de su documento acreditativo de identidad. La solicitud podrá hacerse mediante escrito en formato papel o por medios electrónicos.

Caso de no obtener contestación o ver desestimada su solicitud puede dirigirse al Delegado de Protección de Datos de la Universidad (rgpd@unia.es; Tfno. 954462299) o en reclamación a la Agencia Española de Protección de Datos a través de los formularios que esa entidad tiene habilitados al efecto y que son accesibles desde su página web: <https://sedeagpd.gob.es>.

Como responsable, la Universidad le informa que exclusivamente tratará los datos personales que Ud. le facilite para dar cumplimiento a los siguientes fines:

a) Gestión académica y administrativa de:

- Participación en procesos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales (Grado, Máster y Doctorado) o de formación Continua de la Universidad Internacional de Andalucía.
- Inscripción y/o matrícula como alumno en cualquiera de las titulaciones oficiales (Grado, Máster y Doctorado), Formación Continua u otras actividades académicas ofrecidas por la Universidad Internacional de Andalucía.
- Participación en convocatorias de becas y ayudas al estudio de la Universidad Internacional de Andalucía, la Admón. General del Estado o la de las Comunidades Autónomas y de otras entidades públicas o privadas.
- Participación en convocatorias de programas de movilidad de carácter nacional o internacional.
- Obtención y expedición de títulos oficiales, títulos propios y otros títulos académicos.

b) Gestión de su participación como estudiante en prácticas y actividades formativas nacionales o internacionales en instituciones, empresas, organismos o en otros centros.

c) Utilización de servicios universitarios como obtención del carné universitario, bibliotecas, actividades deportivas u otros.

La Universidad se encuentra legitimada para tratar estos datos al ser necesarios para la ejecución de la relación jurídica establecida entre Ud. y la Universidad y para que ésta pueda cumplir con sus obligaciones legales establecidas en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades.

Usted responde de la veracidad de los datos personales que ha proporcionado a la Universidad y de su actualización.

La Universidad comunicará los datos personales que sean indispensables, y nunca en otro caso, a las siguientes categorías de destinatarios:

- A otras Administraciones y organismos públicos para el ejercicio de las competencias que les sean propias y compatibles con las finalidades arriba enunciadas (Así -a modo enunciativo y no limitativo- a Ministerios con competencias en educación y ciencia, a otras administraciones, a otras Universidades o Centros formativos equivalentes para la gestión de traslados, a empresas para la realización de prácticas).
- A entidades bancarias para la gestión de pagos y cobros.
- A organismos públicos o privados en virtud de la celebración de convenios de colaboración o contratos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de Protección de Datos.
- A los servicios de la propia Universidad que sean adecuados para gestionar la utilización de los servicios universitarios ofertados.

Sus datos de carácter personal se tratarán y conservarán por la Universidad conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos, pasando luego a formar parte -previo expurgo- del Archivo Histórico Universitario conforme a lo dispuesto en la legislación sobre Patrimonio Histórico.

La Universidad sólo prevé la transferencia de datos a terceros países en el caso de su participación como alumno en alguno de los programas de formación o becas de carácter internacional. La transferencia se realizará siguiendo las directrices establecidas al respecto por el Reglamento Europeo de Protección de Datos y normativa de desarrollo.

El Servicio de Protección de Datos de la Universidad Internacional de Andalucía cuenta con una página en la que incluye legislación, información y modelos en relación con la Protección de Datos Personales a la que puede acceder desde el siguiente enlace: <https://www.unia.es/protecciondatos>.

¹ Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).