

bloque		actividades de autoaprendizaje	actividades
lunes, 12-feb.-24	B1	Leer: Funcionamiento de la asignatura.pdf y La venta por internet.pdf (capítulos indicados en racó)	Intro al márketing digital Explicar modelo A->C->F+R y Objetivos de negocio y tácticos Formación de grupos ➔
jueves, 15-feb.-24	B1	Leer: Cap 1 ➔ Del off al online en Marketing? y B1- Plan de Marketing Digital - Analisis previo y estrategia.pdf Ver vídeo sobre Objetivos de Negocio ➔	Mirar Analisis previo y estrategia de PMD de ejemplo, por pares. Grupos cerrados Discutir idea de empresa. Tomar decisión.
lunes, 19-feb.-24	B1	Leer Cap 2 - De la Web como catálogo virtual a la Unidad de Negocio Online ➔ Ver vídeo Objetivos de Negocio y Objetivos Tácticos ➔	Identificar objetivos de 3 sitios (ON, OTC, público) Pensar objetivos de negocio para empresa
jueves, 22-feb.-24	B1	Preparar presentación empresa, producto, público, competencia, ON (5 min)	Ronda de presentaciones empresa, producto, público, competencia, ON (5 min) Trabajar análisis previo. ON y OT / Perfiles de Usuarios
lunes, 26-feb.-24	B2	Leer B2 - Diseño de sitios web usables i persuasivos que convierten.pdf Leer Cap 3 - Usabilidad web y Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web.pdf	Intro al diseño web centrado en el usuario. ExpertReviewCheckpoints-Spanish.xls sitio web competencia Lista propia de criterios a considerar (libro + Experts review + guidelines)
jueves, 29-feb.-24	B2	Entrega B1: Análisis Previo y Estrategia del PMD Finalizar: ExpertReviewCheckpoints-Spanish.xls , lista de criterios propia Leer Cap 5 - Conversión: ¿cómo convertir las visitas a la web? y La diagramación en la arquitectura de información ➔ Elegir y probar herramientas para wireframe y dibujo Hi-Fi. identificar perfiles de usuario -> empezar a desarrollar Personas	Revisar (aleatorio): ExpertReviewCheckpoints-Spanish.xls , lista de criterios propia Trabajar en definir Personas Trabajar AI del sitio y dibujar embudos de conversión
lunes, 4-mar.-24	B3	Ver los primeros 5 vídeos -hasta incluido How to Track Conversions with Google Analytics 4 (2022) Goals in GA4- de esta playlist ➔	Explicación analítica y métricas principales de G Analytics Explicaciones sobre el Test A/B Ver KPI's en excel de objetivos de negocio y tácticos
jueves, 7-mar.-24	B2	Terminar Personas Abrir cuenta de hosting gratuito (para test A/B) y subir y publicar sitio de test	Revisar (aleatorio): Personas Trabajar Diseño Hi-Fi: Home y principal Página de Aterrizaje Trabajar Conectar google Analytics a sitio de test y test A/B
lunes, 11-mar.-24	B2	Tener funcionando Google Analytics y test A/B	Trabajar entrega
jueves, 14-mar.-24	B2	Finalizar Arquitectura Información (sin diseño Hi-Fi)	Trabajar entrega
lunes, 18-mar.-24	B4	Leer B4 - Marquetin en buscadores.pdf , Cap 7 - El posicionamiento natural en buscadores (hasta Selección de buscadores incl.) , How to Choose the Right Keywords y Guía práctica para la búsqueda de kws ➔	Introducción al mktg en buscadores. Objetivos tácticos de tráfico. OTA (SEO, PPC, otros) Trabajar los conceptos de búsqueda y las palabras clave
jueves, 21-mar.-24	B2	Entrega: Presentación B2	Presentaciones (OJO máximo 20 min)
lunes, 25-mar.-24		Semana Santa	Semana Santa
jueves, 28-mar.-24		Semana Santa	Semana Santa
lunes, 1-abr.-24		Semana Santa	Semana Santa
jueves, 4-abr.-24		Parciales	Parciales
lunes, 8-abr.-24		Parciales	Parciales
jueves, 11-abr.-24	B4	Leer Cap 7 - El posicionamiento natural en buscadores , Cap 8 - Estrategias de pago por click (PPC) Entregar: 1ª Entrega Parcial ➔	Posicionamiento y factores SEO Trabajar la lista de factores SEO Adwords y el posicionamiento por anuncios, pago por click (PPC)
lunes, 15-abr.-24	B3	Ejercicio de analítica: resolver (google forms) colaborativamente con compañeros Ver desde Learn Google Analytics 4 without a website hasta Exit pages in Google Analytics 4 (where are visitors leaving your website?) ambos incl. en la playlist	Ver solución ejercicio analítica explicada por los alumnos
jueves, 18-abr.-24	B4	Entrega: 2ª Entrega Parcial ➔ Vídeos de Google Ads (qué es, cómo funciona, cómo crear una cta y una campaña)	Google Ads y el posicionamiento por anuncios, pago por click (PPC) Trabajar en la entrega
lunes, 22-abr.-24	B5	Leer Cap 10 La fidelización de sus usuarios en el e-mail marketing y B5 - e-mail marquetin.pdf	Intro al e-mail marketing. Revisar ejemplos de newsletters respecto a consejos del libro y objetivos Discutir táctica de utilización del email mktg (fidelización + atracción + ...)
jueves, 25-abr.-24	B4	Entrega: Presentación B4	Presentaciones
lunes, 29-abr.-24			
jueves, 2-may.-24	B5	Abrir cuenta Free de mailchimp.com y leer Getting Started With MailChimp ➔ ➔ Leer ayuda sobre: Spam y cómo evitarlo, Buenas prácticas ➔ Automatización ➔ y otras que os resulten de ayuda para la entrega.	Trabajar en la entrega
lunes, 6-may.-24	B5		Trabajar en la entrega
jueves, 9-may.-24	B5	Entrega: Presentación B5	Presentaciones
lunes, 13-may.-24	B6	Leer cap 12 Redes Sociales , B6 - Redes Sociales.pdf y este artículo ➔	Intro a las redes sociales como canal para el márketing digital
jueves, 16-may.-24			Trabajar en la entrega
martes, 21-may.-24	B6	Leer cap 11 Marketing de contenidos, blogs y mas	Trabajar en la entrega
jueves, 23-may.-24	B6		Explicaciones para el PMD Trabajar en la unificación de OT/campañas/fuentes de tráfico y KPIs Trabajar en la entrega
lunes, 27-may.-24	B3	Repasar conceptos de Analítica Digital y solución a ejercicio visto en clase	Ejercicio escrito de analítica digital + test "teórico"
jueves, 30-may.-24	B6	Entrega: Presentación B6	Presentaciones