

Guía Docente

Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital. Estrategias narrativas de marca: Brand Content, Transmedia, Storytelling, Metaverso e Inteligencia Artificial Primera Convocatoria 2024/2025

Datos generales de la asignatura

Programa:	Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital
Asignatura:	Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital. Estrategias narrativas de marca: Brand Content, Transmedia, Storytelling, Metaverso e Inteligencia Artificial
Medida:	6.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

1. Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital - Parte I y Parte II
2. Email marketing -
3. El storytelling como estrategia de crecimiento -
4. Estrategia y Diseño del Plan de Marketing Digital -Masterclass
5. ¿Qué es la Inteligencia Artificial?
6. Plan de Social Media Marketing
7. Plan Social Media
8. Introducción a los Social Ads
9. Brand Content
10. Transmedia
11. Estrategias narrativas de marca: Storytelling y Metaverso
12. Foro de debate
13. Caso Práctico

Equipo docente

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

Analizar e interpretar los elementos del marketing digital y las estrategias narrativas de marca, comprendiendo su función en la construcción de la identidad y posicionamiento de la organización. (Competencias Instrumentales)

Analizar y valorar contenidos y estrategias digitales, comunicándose de forma eficaz y considerando su impacto en los distintos públicos. (Competencias Interpersonales)

Analizar y valorar contenidos y estrategias digitales, comunicándose de forma eficaz y considerando su impacto en los distintos públicos. (Competencias Sistémicas)

Conocimientos

Analizar los elementos del plan de marketing digital, identificando sus fases, herramientas y canales, así como las estrategias de social media, email marketing y social ads.

Explicar las estrategias narrativas de marca, incluyendo storytelling, brand content y transmedia, y su aplicación en entornos digitales y sociales.

Evaluar la coherencia y eficacia de las estrategias de marketing digital y narrativas de marca, considerando el uso de la Inteligencia Artificial y los nuevos entornos digitales como el metaverso.

Destrezas

Valorar la coherencia y creatividad de las estrategias de marketing digital y narrativas de marca, considerando su impacto en la audiencia y en la construcción de marca. (Plano Subjetivo)

Utilizar herramientas de planificación y análisis para diseñar propuestas de marketing digital y estrategias de contenido en casos prácticos. (Plano Psicomotor)

Actividades formativas

Sesiones en directo a través del campus virtual orientadas a la transmisión de contenidos teóricos del programa.	Síncrona	20.0
Resolución y análisis de casos prácticos en entorno virtual orientados a la aplicación de los conocimientos adquiridos.	Síncrona	30.0
Trabajo individual del estudiante orientado al estudio, lectura de materiales, desarrollo de actividades y participación en foros del campus virtual.	Asíncrona	60.0
Actividades colaborativas en entorno virtual orientadas al aprendizaje conjunto y la aplicación práctica de contenidos.	Síncrona	15.0
Sesiones de seguimiento, orientación y apoyo académico al estudiante en entorno virtual.	Síncrona	10.0
Participación en seminarios y masterclass orientadas al refuerzo, actualización y aplicación práctica de conocimientos.	Síncrona	15.0

Actividades de evaluación

Evaluación teórica mediante prueba objetiva orientada a medir la adquisición de conocimientos.

Desarrollo de trabajos prácticos individuales orientados al análisis y aplicación de los contenidos del programa.

desempeño Evaluación continua de la participación, implicación y seguimiento del estudiante en el entorno virtual.