

**Guía Docente**  
**Web Marketing, SEO y SEM**  
**Primera Convocatoria 2024/2025**

**Datos generales de la asignatura**

Programa:	<b>Máster en Dirección de Comunicación Corporativa y Marketing Digital</b>
Asignatura:	<b>Web Marketing, SEO y SEM</b>
Medida:	<b>6.0 ECTS</b>
Carácter:	<b>Obligatoria</b>

**Temario**

1. Web Marketing - Parte I - Parte I
2. SEO -Parte I- Parte II
3. Fundamentos de campañas digitales: SEM, social Ads, Display - Parte I - Parte II
4. Foro de debate
5. Caso Práctico

**Equipo docente****Resultados de aprendizaje****Competencia básica****Competencias generales**

Analizar e interpretar los elementos del web marketing, SEO y SEM, comprendiendo su función en la estrategia digital. (Competencias Instrumentales)

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

Diseñar y gestionar estrategias de web marketing, SEO y SEM, orientadas a la mejora de la visibilidad y el rendimiento digital. (Competencias Sistémicas)

**Conocimientos**

Analizar los fundamentos del web marketing, identificando sus herramientas, canales y su integración en la estrategia digital.

Explicar los principios del posicionamiento SEO y las campañas SEM, así como su funcionamiento en entornos digitales.

Evaluar la eficacia de las estrategias de web marketing, SEO y SEM, valorando su impacto en la visibilidad y el rendimiento digital.

**Destrezas**

Valorar la eficacia de las acciones de posicionamiento y publicidad digital, considerando su impacto en los objetivos de comunicación. (Plano Subjetivo)

Utilizar herramientas de análisis y gestión para interpretar y optimizar acciones de SEO y SEM en casos prácticos. (Plano Psicomotor)

<b>Actividades formativas</b>		
Sesiones en directo a través del campus virtual orientadas a la transmisión de contenidos teóricos sobre marketing digital, SEO y SEM.	Síncrona	20.0
Resolución y análisis de casos prácticos vinculados a estrategias de posicionamiento y campañas digitales.	Síncrona	30.0
Estudio individual, lectura de materiales, desarrollo de actividades y participación en foros del campus virtual.	Asíncrona	60.0
Seguimiento, orientación y apoyo académico en sesiones virtuales.	Síncrona	10.0
Participación en seminarios y masterclass especializadas en marketing digital.	Síncrona	15.0
Actividades colaborativas orientadas al análisis y optimización de estrategias digitales.	Síncrona	15.0

<b>Actividades de evaluación</b>
Evaluación teórica mediante prueba objetiva realizada a través del campus virtual, orientada a medir la adquisición de conocimientos.
Desarrollo de trabajos prácticos individuales y actividades de análisis y reflexión en el entorno virtual, incluyendo la participación en foros.
Evaluación continua de la participación, implicación y seguimiento del estudiante en el entorno virtual, incluyendo la asistencia a sesiones síncronas.