



PDA - 20669

MARKETING DIRECTO Y DIGITAL

Profesor Antonio Porras

PDA | MARKETING DIRECTO & DIGITAL

UPF Universidad Pompeu Fabra

Presentación

El programa está pensado con el objetivo de dar a conocer a los alumnos las nuevas herramientas y plataformas de comunicación del siglo XXI y aprender las estrategias del Marketing Directo & Digital.

Tanto a nivel conceptual como en la práctica con la elaboración del Networking Plan que incluye la versión virtual (on-line) con el Social Media Plan y el presencial (off-line) con un calendario con la programación de eventos y actividades completo para crear la estructura y pautas de un caso práctico real individual para cada alumno.

- La importancia del contenido y en que formatos se presenta (texto, foto, vídeo, audiolibro, ...) para generar una comunidad entorno a una marca, empresa, personaje público o famoso, organismo o institución,...utilizando todas las herramientas al alcance.
- Aprender las técnicas para presencia y posicionamiento, ganando visibilidad y credibilidad para obtener el mayor beneficio creando un elevado índice de conversión.
- Incorporar una visión del marketing en la realidad actual.
- Adoptar las nuevas fuentes de prospección e investigación para buscar información de las que disponen las empresas para segmentar de manera eficaz el mercado.
- Formular ofertas adecuadas para cada segmento del público objetivo.
- Los mercados son conversaciones. La forma de comunicar con nuestros clientes ha cambiado. No hay campañas ahora hay que crear un diálogo, establecer canales de comunicación de manera que generen respuesta en los clientes y resultados en la empresa.
- Familiarizarse con el uso de todos los canales de comunicación, tanto los medios tradicionales, como los medios digitales: Internet, los dispositivos móviles o la televisión interactiva.
- Conocer las últimas tendencias en marketing digital para ser capaz de incorporarlas con éxito en la estrategia de marketing de la empresa: posicionamiento en los buscadores, marketing de movilidad, comercio electrónico, micromedios (blogs, RSS, etc.) y redes sociales.
- Potenciar nuestra marca personal y empresarial para desarrollar negocio con una red sólida creando, ampliando y gestionando una base de datos y una agenda de contactos profesionales.

Competencias que hay que aprender

- Competencias generales
Aprender las principales herramientas del Marketing Directo y Digital, con las tendencias actuales y futuras. Conocer las comunidades virtuales generales y más específicas, que puedan ser útiles para: Posicionar el negocio, reforzar el propio branding, lanzar un nuevo producto, conseguir campañas mejores online o campañas tradicionales,..
- Competencias específicas
Entender las claves de las comunidades y sus aplicaciones, su capacidad de activar corrientes de opinión. Sensibilizar a los alumnos de que las herramientas del marketing digital aparecen en el marco de una dinámica de saturación del marketing tradicional y que las nuevas aventuras de comunicación se han de establecer sobre la base de la reputación y la confianza.

Sensibilizar a los alumnos sobre la capacidad de gestionar la reputación desde el punto de vista empresarial. La gestión de la visibilidad y la importancia de los pequeños detalles para conseguir credibilidad. Entender el rol del Community Manager y la importancia de la gestión de la identidad digital con las herramientas del 2.0 y 3.0. Conocer y detectar a los nuevos perfiles: influencer, conector, evangelizador,...para catalizar el éxito en la red virtual y trasladarlo al mundo off-line.

Metodología

La presencia en clase tiene carácter obligatorio. Sin embargo los casos especiales tienen la posibilidad de comentarlo con el profesor y estudiar cada caso. No se penaliza la no asistencia, no obstante se valora y puntúa a quien asiste, comparte, pregunta, responde, aporta,...

El proceso de enseñanza y aprendizaje se desarrollará:

Metodología AIDA + E

- Clases magistrales
- Visionado de vídeos
- Seminarios
- Casos y ejercicios
- Creación de dos casos Prácticos:
 - Networking Plan Profesional empresarial + Networking Plan Personal

La asistencia a los seminarios es obligatoria. En el caso que un/a alumno/a tuviera que faltar a un seminario deberá enviar el trabajo correspondiente con anterioridad a la fecha del mismo. Las ausencias no eximen al/la alumno/a de preparar el material trabajado en clase ni de estar informado de cualquier anuncio o comunicación que haya podido realizarse. Las ausencias reiteradas reflejan falta de compromiso y repercuten en la nota final. En los seminarios se controlará la asistencia. Se permitirá un fallo justificado de asistencia y se penalizará más de una falta.

Contenidos

Módulo 1. Networking.

- Principales conceptos y definiciones.
- Conceptos clave: Contenido y Comunidad.
- ARS Análisis de les Redes Sociales.
- Teoría 6º de Separación.
- Experimento 'Un mundo pequeño' por Stanley Milgram.
- Presencia, posicionamiento, visibilidad y credibilidad.
- Networking virtual (On-line) & Networking presencial (Off-line).
- Networking Professional & Networking Social.
- Altavoz i audiencia.
- Principal terminología: Influencers, conectores, evangelizadores,...

Módulo 2. Networking Presencial.

- Hablar en público.
- Elevator Speech.
- Estructura y proceso de elaboración.

- Habilidades.
- Análisis de la audiencia.
- Las 5W + Beneficios.
- Principales formatos de eventos.
- Técnicas para rentabilizar y capitalizar la red de contactos.
- Contactos, referencias, recomendaciones,...para crear relaciones.
- Estructura para la excelencia en los eventos: Preparación, evento y seguimiento.

Módulo 3. Networking Virtual.

- ¿Qué es una Red Social?
- Conceptualizar y terminología.
- Redes Transversales y Generalistas.
- Redes Sociales y Profesionales.
- Redes Verticales.
- Redes Corporativas.
- Redes internas.

Módulo 4. Facebook, Twitter, LinkedIn i Youtube.

- Principales protagonistas en las redes sociales virtuales.
- Creación de perfiles personales y empresa.
- Perfeccionamiento de los perfiles en las principales redes sociales del mundo.
- Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube.
- Perfiles específicos en redes verticales.

Módulo 5. Técnicas de posicionamiento.

- SEO y SEM para posicionamiento de nuestra marca.
- SMO Social Media Optimization.
- Mobile Marketing.
- Geolocalización.
- Introducción a las bases de datos.
- Movilidad, disponibilidad y accesibilidad.

Módulo 6. Community Manager 1

- Principales conceptos y definiciones.
- ¿Que és un Community Manager?
- Origen del Manifiesto Clue Train.
- Figuras profesionales.
- Habilidades del C.M.
- Funciones del C.M.

Módulo 7. Community Manager 2

- Responsabilidades de un C.M.
- Perfil para ser un C.M.
- Community Manager una oportunidad laboral.
- Reputación On-line.
- Herramientas para la Reputación On-line.
- Monitorización On-line
- Gabinete de crisis.

- Plan de choque.
- Herramienta de analítica para las Redes Sociales.
- Webs y blogs de referencia a nivel nacional e internacional.

Módulo 8. Identidad digital 1

- Identidad digital profesional.
- Personal y Corporativa.
- Personal branding.
- Branding empresarial.
- Casos de éxito y fracaso.

Módulo 9. Identidad digital 2

- Herramientas de comunicación 2.0 y 3.0.
- Estrategias de visibilidad.
- Principios para socializar la marca.

Módulo 10. Networking Plan

- Estructura del Networking Plan.
- Contenido y Comunidad.
- Tips y técnicas para catalizar un Networking de éxito.

Metodología docente

Clases teóricas presenciales. Se presentará material bibliográfico básico y complementario. Visualización de vídeos para crear anclajes en el alumno de forma que pueda memorizar a largo plazo la docencia impartida.

Bibliografía

Let's connect de Jan Vermeiren
The rules of Networking de Rob Yeung
Net..que?! Networking para todos de Antoni Porras
Principales webs y blogs de referencia nacional e internacional.
Material adicional y lecturas que se colgarán en el aula global.

Seminarios

1- Networking Exprés
Sesión práctica de una actividad con 3 dinámicas:

- Speednetworking
- Elevator Speech
- Networking Libre

2-LinkedIn
Perfil personal
Página de empresa
Principales herramientas
Elección de casos de éxito

Influencers

Búsqueda de tutoriales: Slideshare, Youtube,...

Webs relacionadas 'Top'

Principales beneficios

3- Twitter

Cuenta personal

Cuenta de empresa

Principales herramientas

Elección de casos de éxito

Influencers

Búsqueda de tutoriales: Slideshare, Youtube,...

Webs relacionadas 'Top'

Principales beneficios

4- Facebook

Perfil personal

Página de empresa

Principales herramientas

Elección de casos de éxito

Influencers

Búsqueda de tutoriales: Slideshare, Youtube,...

Webs relacionadas 'Top'

Principales beneficios

5- Youtube

Perfil personal

Página de empresa

Principales herramientas

Elección de casos de éxito

Influencers

Búsqueda de tutoriales: Slideshare, Youtube,...

Webs relacionadas 'Top'

Principales beneficios

6- Networking Plan

Networking Plan

Networking Empresarial

Presentación Powerpoint 12 minutos por cada grupo

Comentarios y aportaciones de toda la clase

Votaciones

Ranking

Evaluación

Examen final tipo Mix Test+Desarrollo **55% de la nota.**

Seminarios **20% de la nota.**

Networking Plans + Clase **20% de la nota.**

Control sorpresa **5% de la nota.**

Se valorará especialmente la participación en clase, comportamiento respetuoso por los compañeros sin interrupciones, aportación de ideas, preguntas, respuestas y informaciones que ayuden a desarrollar la asignatura. En la presentación / discusión de los seminarios la participación, se entiende que el criterio puede generar cierta subjetividad, pero es responsabilidad del estudiante demostrar al profesor a través de su actitud, trabajo e intervenciones su nivel de progresión. Tanto en las presentaciones como en el contenido.

Es necesario obtener un mínimo de 4 sobre 10 en el examen para hacer media ponderada con la nota de los seminarios.

Nota 9–10. Excelente (brillante, siempre muy bien preparado/a, intervenciones muy buenas y que abren líneas de trabajo, sin faltas de asistencia). Acostumbra a ser de un 10 a un 20% de los estudiantes.

Nota 7–8. Bueno (lo que se espera de un estudiante. Bien preparado, buenas intervenciones, sin faltas de asistencia). Acostumbra a ser de un 40 a 60% de los estudiantes.

Nota 5–6. Correcto (preparado suficientemente, interviene esporádicamente, sólo puede tener 1 falta de asistencia en seminarios). Acostumbra a ser de un 20 a un 40% de los estudiantes.

Nota 1–4. Deficiente (nunca viene preparado, no habla o cuando se le pregunta no tiene opinión consistente, falta a las sesiones, etc). No se espera a nadie en este intervalo.

Examen de recuperación

En el examen de recuperación final es posible recuperar el 100% de la nota.

Actitud en clase

Una actitud que en el mundo de la empresa se calificaría de ‘falta de profesionalidad’ podrá penalizar la nota final del estudiante. Algunos ejemplos de falta de profesionalidad serían: mantener conversaciones paralelas entorpeciendo el ritmo de las sesiones; falta de puntualidad; falta de respeto hacia los demás.

Examen Final

Para aprobar la asignatura es necesaria una nota mínima de 4/10 en el examen final. En el examen final no se permite el uso de apuntes ni ordenador. El examen final podría ser de diferente tipo que el examen de recuperación. Por ejemplo uno podría ser tipo test y otro de desarrollo.

Fecha del examen Final

El examen lo fija la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y podría sufrir algún cambio. Se recomienda comprobar el día y hora en la web.

Proceso de revisión de Examen

El proceso de revisión de examen no es un proceso de negociación sino de aprendizaje y está orientado a entender en qué áreas el/la alumno/a puede mejorar o si se ha producido algún error en la calificación. El alumno debe pues venir preparado y mantener la compostura. Es importante recordar que el resultado de este proceso puede ser que la nota permanezca igual, una subida o una bajada de la nota. La participación en el programa Erasmus no tiene impacto en la nota final.