

# Esquema del curso y del programa de estudios

## Datos del curso

<b>Nombre del curso:</b>	Computational Marketing
<b>Año académico:</b>	2014-15
<b>Cursos del Programa:</b>	3° y 4°
<b>Trimestre:</b>	3°
<b>Grados:</b>	IBE/ADE/ECO
<b>Código de curso:</b>	22960
<b>Número de créditos ECTS:</b>	5
<b>Horas de dedicación:</b>	125
<b>Idioma:</b>	English
<b>Profesor:</b>	Dr. Carlos Gonzalo Penela

## Presentación

La tecnología web y el marketing online se han convertido en herramientas esenciales para casi todas las empresas. En los últimos diez años el marketing digital se ha convertido en un aspecto crítico de negocio, donde grandes cantidades de información web sobre clientes se utilizan como un factor crucial para tomar decisiones (fijación de precios, targeting, publicidad, etc.).

En esta clase aprenderás (i) el funcionamiento de los motores de búsqueda, las herramientas de Google herramientas y análisis de datos web (ii) las herramientas y técnicas para la promocionar un negocio en la Web (iii) marketing social y marketing en buscadores (iv) tecnologías de comercio electrónico.

## CONTENIDOS DEL CURSO

- Search Engine Optimization
- Web Analytics
- Search Engine Marketing
- Social Media Marketing
- Email - Marketing
- Automation Marketing
- Big Data Marketing

Estudiamos los algoritmos de Google, Web Analytics, análisis de KPIs y marketing digital. Los estudiantes deben tener un conocimiento básico de los motores de búsqueda (Google), de redes sociales (Facebook, Twitter) y marketing de contenidos.

## Organización del curso

La duración del curso es de 10 semanas. El curso se divide en clases de teoría y seminarios. Hay dos clases de teoría por semana, cada uno tiene una duración de 80 minutos. Además, hay 6 seminarios, cada uno tiene una duración de 80 minutos.

Los seminarios se focalizarán en el estudio de aspectos de las clases teóricas. Los estudiantes deben investigar un tema asignado y hacer una presentación durante las horas de seminario.

## Competencias

### Competencias generales

#### Instrumentales

1. Capacidad de análisis y síntesis
2. Capacidad de organización y planificación
3. Conocimiento matemático básico general
4. Resolución de problemas
5. Capacidades escritas y habladas

#### Interpersonales

6. Criticismo

#### Sistémicas

7. Capacidades de investigación
8. Capacidades de aprendizaje
9. Trabajo autónomo
10. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)

#### Otros

11. Habilidades de comunicación oral y escrita utilizando un lenguaje especializado (marketing online).

## Competencias específicas

1. Conjunto de herramientas Google y de redes sociales.
2. Conocimiento de las herramientas básicas de análisis web y sus aplicaciones al marketing de contenidos y comercial.
3. Habilidades de webmasters: creación de sitios web y análisis.

## Evaluación

La evaluación se basa en los siguientes componentes.

### **Examen Final: 40%**

El examen final se llevará a cabo al final del trimestre y tendrá una duración de dos horas. El examen abarcará todo el material expuesto en clase y en los seminarios, así como la bibliografía recomendada y los ejercicios propuestos. Se centrará en los aspectos teóricos y prácticos de la asignatura. Cuenta el 40% de la nota final. La fecha del examen final es el 17 de junio de 2015.

Una condición necesaria, pero no suficiente, para aprobar la asignatura, es que los estudiantes deben tener una puntuación en el examen final de al menos 4 de un total de 10.

### **Evaluación continua: 60%**

Esta parte de la calificación se basa en la evaluación de todas las actividades que tendrán lugar durante el trimestre: estudios de caso, la participación en los seminarios, y al menos una presentación basada en el estudio individual.

Los aspectos específicos son:

1. Examen parcial. **20%**.
2. Presentaciones: **25%**. Grupos de tres alumnos realizarán una breve presentación (30 minutos), basada en el estudio individual y la investigación. Las presentaciones comenzarán en el primer o segundo seminario y habrá de dos a tres presentaciones durante cada clase seminario. Los temas que serán asignados por los profesores.
3. Trabajo personal: **15%**

**Calificación Final:** La calificación final es una puntuación de 0-10. Esta calificación se dará de la siguiente manera: se calculará el total basado en el examen final y la evaluación continua como una media ponderada con los pesos como se describe anteriormente. Todos los alumnos serán ordenados en base a este total. El Top 1-2% obtendrá una Matrícula de Honor y el 10% obtendrá un Excelente.

**Examen de recuperación:** Una calificación final inferior a 5 se considera un suspenso y deberá presentarse a un examen de recuperación. En el examen de recuperación se calculará la nota de la siguiente manera. En la calificación final el examen de recuperación contará el 80%. El otro 20% se basa en el rendimiento en clase. La fecha del examen de recuperación será publicada en Aula Global y será el 8 o 10 de julio de 2015.

## Bibliografía

## **Libro de texto**

No hay libros de texto requeridos. Los apuntes de clase son suficientes.

## **Metodología**

Los estudiantes tienen que hacer las siguientes tareas semanales:

- Asistir a las clases (teóricas)
- Estudio individual: la solución y la revisión de los estudios de caso y la revisión de los contenidos impartidos en la clase.
- Durante los seminarios: realizar una presentación y realizar preguntas.
- Asistir a los seminarios y entregar los ejercicios asignados.

## **REGLAS DE CLASE**

1.El plagio o la copia no serán tolerados. Si se detecta, las calificaciones de todos los involucrados pueden ser penalizadas y reportados a la oficina del decano.

2. Se espera puntualidad.

## **Horas de visita**

Carlos Gonzalo Penela ([carlos.gonzalo@upf.edu](mailto:carlos.gonzalo@upf.edu))

Horario de visita: será anunciado en clase