

Estrategia de marketing digital
GUÍA DOCENTE

GRADO EN FOTOGRAFÍA Y CREACIÓN AUDIOVISUAL
Curso 2025/2026

Identificación de la asignatura

<i>Período de impartición</i>	Anual
<i>Créditos</i>	3 ECTS
<i>Modalidad</i>	Presencial
<i>Idioma en el que se imparte</i>	Castellano
<i>Facultad</i>	Facultad de Artes Visuales y Creación Digital
<i>Docente</i>	Maite Camacho

Presentación de la asignatura

Introducción a las estrategias de marketing digital. Introducción al SEO: conceptos básicos y su importancia en la estrategia de contenido. Planificación estratégica de posicionamiento orgánico. Herramientas SEO: estudio de keywords, optimización y análisis.

Competencias

CG01	Gestionar información procedente de diversas fuentes y aplicarla al ámbito de la creación fotográfica y audiovisual.
CG04	Conocer los recursos tecnológicos propios de la disciplina y sus aplicaciones en la creación visual, asimilando las innovaciones que se produzcan.
CG05	Solucionar problemas y generar dinámicas de trabajo en entornos multidisciplinares.
CE09	Conocer diferentes recursos de las narrativas transmedia y su aplicación al posicionamiento web.
CE10	Conocer el marco legal y normativo que regula y condiciona la actividad profesional y sus contenidos.
CE11	Adquirir una visión global de la situación actual de la industria fotográfica y su relación con las industrias culturales.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar el curso, la estudiante deberá ser capaz de:

1. Utilizar los diferentes softwares de posicionamiento web.
2. Conocer los dispositivos necesarios en la realización estrategias de marketing digital.
3. Planificar una estrategia organizada de marketing digital.
4. Desarrollar una estrategia de posicionamiento orgánico.
5. Conocer y solucionar los diferentes requisitos legales específicos de una campaña de marketing online.

Metodología docente

MD1	Lección magistral participativa.
MD2	Estudio de casos y debate.
MD3	Resolución de problemas y discusión de resultados.
MD4	Aprendizaje por proyectos.
MD6	Tutorización y seguimiento.

Contenidos

Temario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción a las estrategias de marketing digital. 2. Introducción al SEO: conceptos básicos y su importancia en la estrategia de contenido. 3. Planificación estratégica de posicionamiento orgánico. 4. Herramientas SEO: estudio de <i>Keywords</i>, optimización y análisis.
---------	--

Actividades formativas

AF1	Clases teóricas y teórico-prácticas.	12 horas
AF2	Ejercicios y prácticas en el aula/laboratorio.	12 horas
AF5	Actividades de investigación: búsqueda y selección de documentación, lectura de material de apoyo y referencias bibliográficas y visuales.	10 horas
AF6	Tutorías académicas.	3 horas
AF7	Evaluación.	3 horas
AF8	Trabajo autónomo de estudio de los contenidos teóricos y elaboración autónoma de trabajos y actividades prácticas.	50 horas

* La distribución de horas entre las actividades formativas puede sufrir cambios debido a necesidades académicas del curso, del grupo y/o del profesor.

Evaluación

CRITERIOS GENERALES DE EVALUACIÓN

ASISTENCIA

Las clases son de carácter presencial y su asistencia es obligatoria, siendo esta determinante en el sistema de evaluación continua, y en la actitud y la participación en clase. No obstante, por situaciones excepcionales de salud o de conciliación familiar, el alumnado podrá solicitar el acceso online por adaptación metodológica (para más información contactar con el departamento de estudiantes).

CALIFICACIÓN

El sistema de evaluación continua valora de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante a través de los procedimientos de evaluación recogidos en el siguiente apartado, de acuerdo con la calificación de 0 a 10 según la legislación vigente.

Si el alumno desea intentar subir nota en convocatoria extraordinaria, deberá renunciar previamente en Secretaría de Alumnos, por escrito, a todas las calificaciones obtenidas en convocatoria ordinaria. Su calificación final será la obtenida en convocatoria extraordinaria.

ORTOGRAFÍA Y EXPRESIÓN

La calificación de pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y expresión escrita. En los exámenes no se admitirán más de 2 faltas de ortografía o 10 tildes (omitidas o mal colocadas). Los trabajos realizados fuera de clase no podrán contener más de 1 falta.

TRABAJOS UNIVERSITARIOS

Todos tendrán portada, índice y bibliografía con, al menos, 4 fuentes. Deben ser originales. Cuando se emplean fragmentos ajenos estarán citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. Si un alumno copia el trabajo de otro, ambos serán considerados responsables.

CRITERIOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

EVALUACIÓN ORDINARIA

El profesor indicará, mediante explicación en clase o documento adicional a disposición del alumnado a través del Aula Virtual, detalles o especificaciones de contenido o entrega de las pruebas de evaluación. En el caso de trabajos, será determinante la entrega/ presentación establecidos por el docente.

Los trabajos que no se entreguen/presenten en los plazos establecidos por el equipo docente serán calificados con una nota de 0.

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Reevaluable/no reevaluable</i>	<i>Nota mínima si/no</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE1 Pruebas de conocimiento presenciales (orales y/o escritas)	SI	SI (5)	20%

<i>Pruebas (*)</i>	<i>Reevaluable/no reevaluable</i>	<i>Nota mínima si/no</i>	<i>Ponderación en %</i>
SE2 Valoración de trabajos y proyectos.	SI	NO	40%
SE3 Evaluación continua: tareas y deberes semanales, informes periódicos, resolución de problemas.	SI	NO	20%
SE5 Actitud y participación.	NO	NO	20%
			100%

(*) De todas las pruebas aquí expuestas se tienen que recoger evidencias y entregarlas para archivo en la Secretaría de Alumnos (escritos, grabaciones...).

TODAS LAS CREACIONES, TANTO FOTOGRÁFICAS COMO AUDIOVISUALES, DEBEN SER ORIGINALES DEL ALUMNADO, NO SE ADMITIRÁN TRABAJOS DE APROPIACIÓN EN LOS QUE ÉSTA SUPONGA MÁS DEL 25% DEL TOTAL DE PIEZAS PRESENTADAS

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los estudiantes que no superen la asignatura en el semestre en que se imparte dispondrán de una convocatoria extraordinaria para su superación, excepto en aquellos supuestos en los que no resulte posible por las características especiales de la asignatura.

El alumno realizará o entregará las pruebas de evaluación que el equipo docente estime oportunas y de las que habrá sido informado previamente. El profesor se reserva el derecho a decidir si se mantienen las calificaciones de Sistemas de Evaluación en que el alumno haya obtenido una calificación superior a 5 a lo largo del curso académico.

REVISIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Conforme al procedimiento de reclamación de exámenes recogido en la Normativa del alumno de TAI.

Recursos didácticos

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bauman, Z. (2006). Vida líquida. Barcelona: Austral.

Berardi, F. (2017). Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación colectiva. Buenos Aires: Caja Negra.
Elósegui, T.; Vera, G.M. (2015). Marketing analytics: cómo definir y medir una estrategia online. Madrid: Anaya Multimedia.
Gil,V.;Romero,F. (2008). Crossuser: claves para entender al consumidor español de nueva generación. Barcelona: Gestión 2000.
Knaflic,C.N. (2015). Storytelling with data: A data visualization guide for business professionals. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.
Ledford,JerriL. (2009). SEO: Optimización del posicionamiento en buscadores. Madrid: Anaya Multimedia.
Lovink, G. (2019). Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología. Bilbao: Consonni.
Martín Prada, J. (2018). El ver y las imágenes en el *tiempo* de internet. Madrid: Akal.
Sadin, É. (2018). La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital. Buenos Aires: Caja Negra
Santesmases,M. (1996). Marketing, conceptos y estrategias. Madrid: Ediciones Pirámide.
Srnicek, Nick (2018). Capitalismo de plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.
Steyerl, H. (2014). Los condenados de la pantalla. Buenos Aires: Caja Negra
Vicuña Ancín, J.M.S. (2018). El plan de marketing digital en la práctica. Madrid: Esic Editorial.

MATERIAL DEL ALUMNO NECESARIO PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Se recomienda ordenador portátil propio.

VISITAS, MÁSTER CLASSES, EVENTOS O TALLERES ADICIONALES

Se contará con la participación del personal experto en posicionamiento SEO de la Escuela Universitaria de Artes TAI a modo de Masterclass.