

Guía docente

804483 - DMD - Distribución y Marketing Digital

Última modificación: 02/09/2025

Unidad responsable: Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia
Unidad que imparte: 804 - CITM - Centro de la Imagen y la Tecnología Multimedia.

Titulación: GRADO EN DISEÑO DIGITAL Y TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA (Plan 2023). (Asignatura obligatoria).

Curso: 2025 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Catalán

PROFESORADO

Profesorado responsable: Moreno Segarra, Gisela

Otros:

METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo / lecciones magistrales
Seminarios y debates
Clases participativas con trabajos en grupo
Trabajo autónomo y presentaciones

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Conocimientos

Identificar las cuatro variables clásicas del marketing, y también conceptos importantes en el ámbito del marketing digital como son el SEO y SEM.

Identificar las siete P's clásicas del marketing mix (Producto, Precio, Punto de venta, Promoción, Persona, Proceso, Presentación).
Identificar las diferencias entre estrategias de marketing tradicional y digital, y comprender su aplicación en entornos multimedia.
Comprender los conceptos fundamentales de marketing digital: SEO (optimización por motores de búsqueda, Donde Page, Off Page) y SEM (marketing a los motores de búsqueda, como Google, Meta, y otras plataformas), Funnel de venta (aplicado a marketing y web).

Habilidades

Elaborar un boceto de modelo de negocio y ser capaces de desarrollar los elementos básicos de un plan de marketing.

Ser capaz de elaborar un Business Model Canvas completo aplicado a una idea de negocio real o ficticia.

Redactar un plan de marketing básico que contemple el análisis de situación, los objetivos, las estrategias y acciones concretas, así como las métricas de seguimiento.

Integrar los conceptos de marketing digital (SEO y SEM) dentro del diseño de una estrategia coherente.

Comunicar y presentar de manera clara y estructurada los resultados de un proyecto de marketing en contextos académicos y profesionales.

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTE

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo grande	30,0	20.00
Horas actividades dirigidas	12,0	8.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo mediano	18,0	12.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

BLOC 1 - Cimientos del marketing mix

Descripción:

1. Introducción al marketing: definición e importancia actual.
2. Identificar las principales variables clásicas del marketing, entre las que su producto, precio, distribución y comunicación; también otras variables *necesarias por un plan de *márquetin cumplido.
3. Comprender como estas variables interactúan para crear una propuesta de valor coherente y efectiva.
4. Aplicar el concepto de marketing mix a marcas reales o ficticias en diferentes sectores.

Actividades vinculadas:

Práctica 1: Análisis de marca — El alumnado trabaja de forma personal para escoger una marca conocida e identificar sus 4P, además de plantear mejoras estratégicas.

Actividad de debate: Se contrastan diferentes enfoques de marketing según el sector (productos vs servicios).

Dedicación: 50h

Grupo grande/Teoría: 18h

Grupo mediano/Prácticas: 6h

Actividades dirigidas: 6h

Aprendizaje autónomo: 20h

BLOC 2 – Marketing digital

Descripción:

1. Conocer los canales y herramientas del marketing digital: buscadores, redes sociales, email marketing, influencers, contenido marketing y publicidad digital.
2. Distinguir entre estrategias orgánicas (como SEO o contenido) y estrategias de pago (como SEM, social ads o afiliación).
3. Analizar como los datos (métricas, KPIs, análisis de tráfico y conversiones) influyen en la toma de decisiones digitales.
4. Reflexionar sobre la transformación del comportamiento del consumidor en entornos digitales y la personalización de la experiencia de marca.

Actividades vinculadas:

Práctica 2: Un documento donde se presente un análisis de una marca como está trabajando, las estrategias digitales como SEO, SEM, redes sociales, que incluya el razonamiento estratégico, el benchmarking, y el cuadro de KPIs necesarias; junto con una propuesta de optimización y mejora.

Dedicación: 50h

Grupo grande/Teoría: 10h

Grupo mediano/Prácticas: 10h

Actividades dirigidas: 10h

Aprendizaje autónomo: 20h

BLOC 3 – Modelos de negocio y Business Model Canvas

Descripción:

1. Comprender el valor de un modelo de negocio muy estructurado como base estratégica para una empresa o proyecto.
2. Construir un Business Model Canvas completo, identificando claramente cada uno de sus nueve componentes.
3. Desarrollar un plan de marketing coherente con el modelo de negocio, incluyendo un análisis DAFO, objetivos, estrategias, acciones y métricas de seguimiento.

Actividades vinculadas:

Práctica 3: Creación de un *Business Modelo *Canvas de una idea propia (como un negocio) o asignada, presentando los puntos clave.

Dedicación: 50h

Grupo grande/Teoría: 10h

Grupo mediano/Prácticas: 10h

Actividades dirigidas: 10h

Aprendizaje autónomo: 20h

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Examen parcial individual: 15%

Evaluación continua: 30%

3 ejercicios (1 por bloque): 10% cada ejercicio

Trabajo Final de la Asignatura (canvas + plan de marketing): 45%

-Producto final: 50%

-Informe y memoria: 30%

-Seguimiento + presentación: 20%

Asistencia y participación a clase: 10%

* La evaluación de la participación del alumnado y de la actitud de aprendizaje se hará a partir de sus intervenciones a clase (en sesiones magistrales y en seminarios) y de los ejercicios presentados, así como de su actitud durante las tutorías de seguimiento del TFA.

El alumnado que no supere la asignatura mediante la evaluación continua tendrá la opción de presentarse a la re-evaluación. La re-evaluación consistirá en elaborar un trabajo de cariz teórico (parámetros a concretar) que permitirá reevaluar el TFA y se realizará de forma individual.

Las acciones irregulares que pueden conducir a una variación significativa de la calificación de uno o más estudiantes constituyen una realización fraudulenta de un acto de evaluación. Esta acción comporta la calificación descriptiva de suspenso y numérica de 0 del acto de evaluación ordinaria global de la asignatura, sin derecho a reevaluación. Si los docentes tienen indicios de la utilización de herramientas de IA no permitidas en las pruebas de evaluación, podrán convocar los estudiantes implicados a una prueba oral o a una reunión para verificar la autoría.

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

Los ejercicios se librarán a través de Atenea dentro del plazo establecido en cada práctica o libremente. Si hay cualquier incidencia que impide entregar la práctica en el plazo acordado, se comunicará a la profesora vía Campus Virtual o correo electrónico, justificando las causas del retraso o de la no presentación del ejercicio. A partir de cada caso individual, se valorará si el ejercicio se puede entregar fuera de plazo o recuperar, y se establecerán los criterios de recuperación en cada caso. Si el alumno/a no puede asistir a una de las sesiones prácticas, tutorías o presentaciones, habrá que avisar a la profesora con antelación y justificar la ausencia, y también se valorará en cada caso si se puede recuperar y de qué forma.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:

- Nacho Somalo. Modelos de negocio digitales. Deusto Edition,
- Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Barcelona: Deusto, 2011. ISBN 9788423427994.
- Allan Dib. El Plan de Marketing de 1-Página.
- Sean Ellis y Morgan Brown. El Método Hacking Growth: Qué hacen compañías explosivas como Facebook, Airbnb y Walmart para ser líderes en el Mercado.
- Seth Godin. Esto es marketing: No uses el marketing para solucionar los problemas de tu empresa: úsalo para solucionar los problemas de tus cliente.
- David Ayala. Visibilidad online: Inmortaliza tu marca.

RECURSOS

Enlace web:

- Nom recurs. Recurso

Otros recursos:

Luzzi digital: Nuestros recursos gratuitos de Marketing Digital para potenciar tu marca en Internet:

<https://www.luzzidigital.com/recursos-descargables-marketing-digital/>

Google Space (Skillshop): <https://skillshop.docebosaas.com/learn/signin>

Google Academy: https://skillshop.withgoogle.com/intl/es-419_ALL/

Google Grow: <https://grow.google/intl/es/courses-and-tools/>

Hubspot: <https://www.hubspot.es/resources>

The big school: <https://thebigschool.com/blog/>