

## GUÍA DOCENTE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**MBA FULL TIME**

Curso 2024-2025

### 1. ASIGNATURA

- **Nombre:** Marketing estratégico y digital
- **Tipo de asignatura:** Troncal
- **Trimestre:** Segundo
- **Créditos:** 4 ECTS
- **Idioma de docencia:** Castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Alberto Lempira Guevara
- **Profesor de la asignatura:** Daniel Stone del Pozo

### 2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Este curso está diseñado para proporcionar a los estudiantes el conocimiento y las habilidades necesarias para desarrollar, implementar y gestionar iniciativas de marketing digital dentro de un entorno empresarial.

Es un curso muy práctico en el que en cada clase se hacen ejercicios prácticos. Al comienzo del curso los alumnos definen los proyectos en los que quieren trabajar (en grupo) y se trabajan los aspectos más importantes de marketing digital sobre este proyecto en concreto.

Esto, en rasgos generales, implica decidir cómo se tienen que posicionar en el buscador de Google, qué estrategias pueden seguir en Google Ads y Meta Ads y cómo se analizan datos para optimizar resultados.

Al final del curso cada alumno será capaz de aplicar estrategias de marketing digital y tendrá la capacidad de crear campañas en las plataformas de pago más importantes del mundo.

#### **Resultados de aprendizaje:**

RA 2 Mat2.1 Identificará el entorno en el que la empresa se desarrolla, dentro de la gestión estratégica de la marca.

RA 2 Mat2.2 Valorará la visión, misión y valores de la compañía.

RA 6 Mat2.1 Detectará oportunidades o nichos de mercado en sectores emergentes.

RA6 Mat 2.2 Aplicará las herramientas de Data vinculadas al marketing.

RA 8 Mat2.1 Aplicará los conceptos de segmentación y de posicionamiento objetivo.

## PLAN DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

**Metodología docente:** La asignatura se desarrolla a través del uso de distintas metodologías: exposiciones de marcos referenciales conceptuales por parte del profesor, lecturas, vídeos, trabajo en equipo y presentaciones, debates y reflexiones en clase, junto con la entrega de un trabajo individual final.

**Horas de dedicación** entre lectivas y trabajo del alumno: 100 h

**Evaluación:** La nota final se compone de la siguiente forma, un 10% en la participación individual en clase, un 10% en la participación en las actividades en grupo y un 80% en el trabajo individual. Todas las entregas y evaluaciones se harán y se comunicarán via eCampus.

**Los criterios de evaluación del trabajo individual son:** 40% visión estratégica, 30% innovación de la propuesta, 30% claridad, concreción y precisión de la presentación.

### Contenido

| Sesión                  | Tema                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Objetivos                                                                                                                                                                           |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sesión 1<br>(19/2/2025) | <b>Presentación</b> de la asignatura, expectativas, elementos clave<br><br>Overview de todos los canales del mundo digital que una empresa pueda utilizar para captar tráfico hacia su web.<br><b>Actividad en grupo + presentación.</b>                                                                                                                                                                                                                                                           | Resumen de los conceptos y fundamentos de los canales de marketing digital para conseguir visibilidad en el mundo online.                                                           |
| Sesión 2<br>(26/2/2025) | <b>SEO</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Como funciona el buscador de Google</li><li>• Elementos a tener en cuenta para estar bien posicionado en Google</li><li>• El futuro y hacia donde va el buscador de Google</li></ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b>                                                                                                                                                                                                                  | Entender como ha evolucionado el buscador de Google y como detectar los aspectos más importantes que determinan como una página web se posiciona en la parte orgánica del buscador. |
| Sesión 3<br>(5/3/2025)  | <b>Introducción a Google Ads</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introducción a cómo funciona la plataforma de anuncios de Google.</li><li>• Motivos principales por la que una empresa le puede interesar trabajar con una plataforma como Google Ads.</li><li>• Elegir una página web por la que nos interesa crear unas campañas en Google Ads.</li><li>• Cuáles son los aspectos más importantes a la hora de crear unas campañas.</li></ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b> | Repaso de los fundamentos que hay que tener en cuenta para crear una estrategia en la plataforma de Google Ads.                                                                     |
| Sesión 4<br>(12/3/2025) | <b>Creación de campañas en Google Ads</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Introducción a un método de trabajo que se utiliza para crear campañas optimas.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Aplicación de una metodología de trabajo para definir la estrategia de Google Ads (cada grupo elige un proyecto) y crear campañas directamente en la plataforma.                    |

|                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearemos las campañas dentro de la plataforma de Google Ads.</li> </ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                           |
| Sesión 5<br>(19/3/2025) | <b>Introducción a Meta Ads</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a cómo funciona la plataforma de anuncios de Meta.</li> <li>• Motivos principales por la que una empresa le puede interesar trabajar con una plataforma como Meta Ads.</li> <li>• Aspectos más importantes a tener en cuenta a la hora de definir una estrategia de campañas en Meta Ads.</li> </ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b> | Repaso de los fundamentos que hay que tener en cuenta para crear una estrategia en la plataforma de Meta Ads.                                                                                                                             |
| Sesión 6<br>(26/3/2025) | <b>Creación de campañas en Meta Ads</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción a un método de trabajo que se utiliza para crear campañas óptimas.</li> <li>• Crearemos las campañas dentro de la plataforma de Meta Ads.</li> </ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b>                                                                                                                                        | Aplicación de una metodología de trabajo para definir la estrategia de Meta Ads (cada grupo elige un proyecto) y crear campañas directamente en la plataforma.                                                                            |
| Sesión 7<br>(1/4/2025)  | <b>Google Analytics &amp; Locker Studio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para qué sirve Google Analytics</li> <li>• Qué tipo de informes podemos sacar de esta herramienta</li> <li>• Cómo podemos interpretar los datos</li> <li>• Crear dashboards con Looker Studio para visualizar los resultados de nuestras campañas.</li> </ul> <b>Actividad en grupo + presentación.</b>                                        | Cómo podemos utilizar datos para optimizar nuestras campañas. Aquí entraremos en detalle en la herramienta Google Analytics que nos permite analizar el rendimiento de nuestras campañas. Con Looker Studio también crearemos dashboards. |

### 3. PROFESORADO

Daniel Stone del Pozo

Daniel Stone tiene su propia agencia de marketing digital especializado en las plataformas a de pago tipo Google Ads y Meta Ads. Tiene más de 17 años de experiencia trabajando en el sector para todo tipo de empresas, tipo Danone, Camper, La Caixa y FC Barcelona entre otros. También es el fundador de Palau Socks, un e-commerce de calcetines sin ánimo de lucro cuyo objetivo es conseguir dinero para fundaciones en Barcelona que ayudan a refugiados y personas sin techo. Estudió una licenciatura de Marketing en la Universidad de Lancaster. Lleva desde 2019 como profesor en la Pompeu Fabra impartiendo clases de marketing digital.