

GUÍA DOCENTE

ANALITICAS Y METRICAS DE MARKETING DIGITAL (SEMIPRESENCIAL)

GRADO EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS EN EL ÁMBITO DIGITAL

CURSO 2024-25



Fecha de publicación: 27-06-2024

 **Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**
Fecha firma: 24/04/2025 21:27 | Hash: 2f00ed938f770756a81e54a373030b03.

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OPTATIVA
Período de impartición	4 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	4.5
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
<p>La asignatura Analíticas y Métricas de Marketing Digital introduce al estudiante en los conceptos de analíticas y métricas para que sea capaz de usarlas adecuadamente a la hora de tomar decisiones de marketing, en tiempo real o en diferido, así como para evaluar los resultados de las campañas o de distintas acciones de una misma campaña.</p> <p>Para ello, se analiza el ecosistema digital y cómo se comporta el consumidor en el entorno online, tanto desde una perspectiva conductual como neurocognitiva, que permita comprender y predecir la reacción a distintos elementos frecuentes en Internet (páginas web, apps, emails, redes sociales...).</p> <p>Finalmente, el estudiante podrá diseñar e interpretar el cuadro de mando digital más adecuado para sus propósitos.</p> <p>Los procedimientos específicos, así como todo el resto de información de interés de la asignatura (fechas, entregas, sesiones de formación, tipo de pruebas de evaluación, etc.), se comunicarán en clase o a través del Aula Virtual de la asignatura.</p>

III.-Resultados de Aprendizaje



- CG1. Capacidad de análisis, síntesis y extrapolación enfocado a la toma de decisiones: Capacidad para analizar, sintetizar, valorar y extrapolar datos a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa enfocado a la toma de decisiones.
- CG2. Capacidad de enfoque estratégico en los objetivos y decisiones empresariales.
- CG4. Comunicación oral y escrita en una lengua extranjera: comprender y ser capaz de comunicarse en contextos económicos-empresariales en inglés.
- CG5. Gestión de la Información: Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales
- CG6. Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de la organización
- CG11. Capacidad para coordinar el diseño y la planificación de un proyecto en el ámbito de la economía digital.
- CG12. Capacidad para coordinar la ejecución y control de un proyecto en el ámbito de la economía digital
- CE3. Capacidad para manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.
- CE7. Ser capaz de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial.
- CE10. Capacidad para formular una estrategia tecnológica que de soporte a un negocio en el ámbito digital.
- CE13. Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en los ámbitos empresariales, como pueden ser el ámbito financiero y contable, el de la investigación de mercados o el de los sistemas de información empresarial.
- CE17. Capacidad para utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE ANALÍTICAS Y MÉTRICAS DE MARKETING DIGITAL
 Tema 1. Introducción a las analíticas y las métricas de marketing digital
 Tema 2. Bases neurocientíficas del comportamiento online del consumidor
 Tema 3. Herramientas de análisis y medida para marketing digital
 UNIDAD 2: MÉTRICAS PARA LA TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS
 Tema 4. Métricas empleadas en SEO y SEM
 Tema 5. Métricas empleadas en e-mail marketing y redes sociales
 Tema 6. Métricas empleadas en mobile y apps
 Tema 7. Métricas empleadas en e-commerce
 UNIDAD 3: EL CUADRO DE MANDOS DIGITAL
 Tema 8. Dashboard digital

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Lecturas	Preparación de los contenidos teóricos.
Prácticas	Resolución de ejercicios o trabajos.
Otras actividades	Debate y crítica constructiva.
Otras actividades	Asistencia a tutorías académicas.



V.-Tiempo de Trabajo del estudiante (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	15
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	20
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	5
Realización de pruebas	5
Tutorías académicas	30
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	6
Preparación de clases teóricas	20
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	14
Preparación de pruebas	20
Total de horas de trabajo del alumnado	135

VI.-Metodología y plan de trabajo		
Tipo	Periodo	Contenido
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	Tutorías. Actividad formativa a distancia (AD).
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Clases teóricas. Actividad formativa a distancia (AD).
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	Clases prácticas. Actividad formativa a distancia (AD).



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

Los estudiantes que no consigan superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación



Se deben acatar en todo momento las pautas de comportamiento recogidas en la Normativa de Conducta Académica de la Universidad Rey Juan Carlos. Asimismo, son de aplicación los Estatutos de la Universidad Rey Juan Carlos, el Código Ético de la Universidad Rey Juan Carlos, el Estatuto del Estudiante Universitario, el Reglamento de Disciplina Académica y la legislación vigente.

La modalidad de evaluación de la asignatura Analíticas y Métricas de Marketing Digital es la evaluación continua. Se recomienda asistir a las actividades formativas con regularidad para poder realizar un correcto seguimiento de la asignatura. Todo lo que se trata en el transcurso de la asignatura es material evaluable (foros, debates, lecturas, clases, ejercicios, seminarios...).

CONVOCATORIA ORDINARIA

(1) Prueba teórica presencial: 50% (Nota mínima: 5 puntos sobre 10). Revaluable.

- Cada docente establecerá el tipo de preguntas a incluir en el examen, en base a su criterio y a las características del grupo.
- El examen se realizará en la fecha oficial de la Convocatoria Ordinaria, y en su caso, en Convocatoria Oficial Extraordinaria.

(2) Pruebas prácticas: 50% (Nota mínima: 5 puntos sobre 10). Revaluable.

- La media de las calificaciones de las actividades prácticas evaluables debe ser igual o superior a 5 puntos sobre 10 para superar la parte práctica de la asignatura.
- La entrega de las actividades prácticas evaluables se deberá realizar, obligatoriamente: (a) A través de las herramientas de Aula Virtual diseñadas al efecto y que serán especificadas en cada caso por el/la docente; (b) Dentro de los plazos de entrega marcados por el/la docente.

Importante:

En el caso de que se apruebe una parte de la asignatura, esto es, (1) Prueba teórica presencial ó(2) Pruebas prácticas, pero se suspenda la otra parte, y por lo tanto la asignatura estará suspensa, no se calculará la media ponderada de las calificaciones entre ambas partes, sino que en el acta figurará la calificación de la parte evaluada que no ha superado el 5.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- En el caso de que se apruebe solo (1) la prueba teórica presencial o solo (2) las pruebas prácticas en la convocatoria ordinaria, el/la estudiante podrá reevaluar en la convocatoria extraordinaria únicamente la parte (teoría o práctica) no superada.
- En el caso de que no se apruebe ni (1) la prueba teórica presencial ni (2) las pruebas prácticas en la convocatoria ordinaria, el/la estudiante tendrá que reevaluar ambas partes (teoría y práctica) en la convocatoria extraordinaria.
- En el caso de que se apruebe solo (1) la prueba teórica presencial o solo (2) las pruebas prácticas en la convocatoria extraordinaria, no se guardarán las partes aprobadas para el curso siguiente.

CONVOCATORIA ADELANTADA

A aquellos/as alumnos/as que soliciten la convocatoria adelantada y se les conceda porque cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC, el método de evaluación a aplicar será el mismo utilizado en convocatoria ordinaria.

Los procedimientos específicos, así como todo el resto de información de interés de la asignatura (fechas, entregas, sesiones de formación, tipo de pruebas de evaluación, etc.), se comunicarán a través del Aula Virtual de la asignatura.

VII.B.- Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC no implica que el estudiante quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el estudiante deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El estudiante deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición de los estudiantes en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si



VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios. Esas adaptaciones serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad de la Universidad Rey Juan Carlos, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad de la Universidad.

Dicha Unidad emitirá un informe de adaptaciones curriculares, por lo que los y las estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con la Unidad (discapacidad.programa@urjc.es), a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (<https://www.urjc.es/codigoetico>).

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos (<https://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/normativa%20convivencia%20universitaria.pdf>) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Weinschenk S.M. (2009) Neuro Web Design: What Makes Them Click? New Riders Publishing.

Jones G. (2013) Clickology: What Works in Online Shopping and How Your Business Can Use Consumer Psychology to Succeed. Hachette UK.

Bridger D. (2017) Neurodesign. GB/USA: Kogan Page Limited.

O'Neil C. (2017) Armas de destrucción matemática. Madrid: Capitán Swing.

Colección The Valley Digital Business School (2016). Juan Luis Moreno (Dir.). Grupo Unidad Editorial.

Por otro lado, cada docente establecerá a través del Aula Virtual, aquellos enlaces a documentos y bibliografía de actualidad adicionales que considere oportunos.

Bibliografía complementaria

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos

VICTORIA MARHUENDA ISAMAT

Correo electrónico

victoria.marhuenda@urjc.es

Departamento

Economía de la Empresa

Categoría

Profesor/a Asociado/a

Responsable de asignatura

No

Horario de Tutorías

Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico

Nº de Quinquenios

0

Nº de Sexenios

0

Nº de Sexenios de transferencia

0

Nº de evaluaciones positivas Docencia

0

