

MÓDULO: ¿Cómo apporto valor? (M3)

MATERIA: Digital Branding Management (M3.2)

Coordinador/a de la materia

- Aitor Bediaga (Mondragon Unibertsitatea)

PONENTES

- Miguel Zorraquino (Zorraquino)
- Iñaki Lecue (Zorraquino)
- Javier Regueira (Pop Up Brand Content)
- Elbio A. Nielsen (Develop)

COMPETENCIAS

Esta materia permitirá al alumno obtener las siguientes competencias:

- **M32.C1** Adquirir y aplicar nuevas habilidades relacionadas con el desarrollo de marcas en el ámbito digital.
- **M32.C2** Ser capaces de crear, diseñar e implementar una marca online con contenido relevante para sus públicos.

El alumno, por tanto, será capaz de:

- Entender en qué consiste la marca y cómo se puede trabajar y desarrollar para lograr ser más atractiva, diferente y relevante con sus públicos.
- Contextualizar el concepto de marca en la nueva realidad digital en la que se vive e interactúa diariamente.
- Conocer realidades de implantación de estrategias de branding en un contexto digital.
- Conocer los conceptos de marketing de contenidos y branded content

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

En esta materia consta de las siguientes unidades didácticas:

- M32.UD1. Branding Digital
 - Introducción al concepto de branding.
 - La marca en un contexto digital
 - Estrategia de marca
- M32.UD2. Estrategia de contenidos
 - Introducción al marketing de contenidos
 - Branded content

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tabla descriptiva para la **calificación de las competencias de la materia.**

	M32.C1	M32.C2
M32.A1	50%	
M32.A2		50%
	50%	50%

- **M31.A1** Diseño e implementación de un caso práctico de integración de branding digital. (*Actividad grupal*)
- **M32.A2** Diseñar una estrategia de contenidos para un caso práctico (*Actividad grupal*)

BIBLIOGRAFÍA
