

<b>DENOMINACIÓN DEL MÓDULO</b> 3.5.B Marketing digital y realización publicitaria	<b>Créditos ECTS</b> 9
<b>Lengua en la que se impartirá</b> Euskera, español	
<b>Competencias que el estudiante adquiere con dicha materia</b>	
<b>COMPETENCIAS BÁSICAS:</b>	
<p><b>CB2.</b> Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</p>	
<p><b>CB4.</b> Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p>	
<p><b>CB6.</b> Que los estudiantes sean capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio.</p>	
<b>COMPETENCIAS GENERALES:</b>	
<p><b>CG6.</b> Propone nuevas preguntas, busca diversas formas de hacer y crea diferentes contextos con el fin encontrar soluciones creativas a las situaciones.</p>	
<p><b>CG8.</b> Se adapta a los cambios con flexibilidad, y sabe gestionar tanto las nuevas situaciones como las emociones que se crean en ese cambio. Todo ello le aporta valor añadido a su experiencia, crece y mejora como persona y como profesional, y asume que el fracaso forma parte del propio proceso.</p>	
<b>COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:</b>	
<p><b>CE6.</b> Utiliza el lenguaje de la comunicación audiovisual de forma clara, coherente y eficaz, atendiendo a las necesidades del contexto.</p>	
<p><b>CE7.</b> Utiliza y domina las tecnologías de la comunicación audiovisual para elaborar contenidos teniendo en cuenta las necesidades específicas del proyecto.</p>	
<p><b>CE8.</b> Realiza la producción, organización, planificación y coordinación de las diferentes fases de un proyecto de comunicación, teniendo en cuenta los recursos humanos, técnicos y presupuestarios previstos.</p>	
<p><b>CE9.</b> Promueve y difunde proyectos de comunicación en diferentes soportes y canales, teniendo en cuenta sus características y necesidades.</p>	
<b>Resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con esta materia</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoce y aplica los elementos narrativos y estéticos que deben tenerse en cuenta en la producción de un vídeo corporativo.</li> <li>• Conoce las características del diseño de una marca y las utiliza en el proceso de branding, adaptada a soportes tanto físicos como virtuales.</li> <li>• Utiliza adecuadamente los medios técnicos y tecnológicos necesarios para la creación de una campaña marketing de calidad.</li> <li>• Conoce las necesidades de producción de las campañas de marketing y realiza adecuadamente el trabajo de producción correspondiente.</li> <li>• Promueve y difunde la campaña de publicidad y la estrategia de marketing de la organización, teniendo en cuenta el receptor de la campaña y la forma más eficaz de llegar a él.</li> </ul>	

- Implementa el proceso de reformulación de la identidad de marca, la identidad visual y el rebranding de una empresa u organización, planteando situaciones y preguntas para diseñar una campaña de creative advertising.
- Toma en cuenta las necesidades y opiniones de todos los agentes implicados a la hora de realizar una campaña de marketing, y defiende las decisiones tomadas, aunque personalmente no las comparta.

### Metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

ME1. Lección magistral  
ME3. Análisis de casos  
ME4. Aprendizaje cooperativo  
ME5. Aprendizaje basado en retos  
ME6. Aprendizaje basado en proyectos

### Actividades formativas

#### ACTIVIDAD-HORAS-PRESENCIALIDAD (% PRESENCIALIDAD)

Actividades presenciales (68 horas, 30 %):

- **AP1.** Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales: 10 horas
- **AP2.** Desarrollo, redacción y presentación de trabajos grupales: 20 horas
- **AP3.** Lectura de artículos científicos, libros e informes: 8 horas
- **AP16.** Estudio de casos: 20 horas
- **AP18.** Tutorización: 10 horas

Actividades no presenciales (157 horas, 70 %):

- ANP1. Estudio y trabajo autónomo: 30 horas
- ANP2. Estudio y trabajo en grupo: 127 horas

### Sistema de evaluación de la adquisición de competencias

#### SISTEMA EVALUACIÓN-PONDERACIÓN

EV1. Trabajos en grupo: 60%

EV2. Trabajos individuales: 20%

EV3. Exposiciones y presentaciones: 10%

EV6. Autoevaluación y co-evaluación del alumno: 10%

### Breve resumen de contenidos

- Fundamentos del marketing digital
- Herramientas del marketing digital
- Objetivos de una campaña publicitaria
- Estrategias de posicionamiento
- Análisis de las nuevas audiencias
- Diseño y gestión de estrategias de identidad de marca, identidad visual y proceso de branding
- Creación integral de una campaña de marketing
- Video corporativo
- Diseño, producción y realización de productos publicitarios.

