


**Módulo 3: Gestión Integral del Marketing Digital**
**Denominación de la MATERIA:**
**M3.6 Mobile Marketing**
**Créditos ECTS**

2 ECTS (50 horas)

**Duración, modalidad y ubicación temporal dentro del plan de estudios:**

Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del segundo cuatrimestre.  
Modalidad presencial.

**Competencias específicas:**

CE22 Comprensión de las características y tendencias principales de las estrategias de mobile marketing.

**Resultados de aprendizaje:**

RA22 Es capaz de comprender las características y tendencias principales de las estrategias de mobile marketing.

**Requisitos previos:**

No se han establecido requisitos previos.

**Breve resumen de los contenidos:**

- Introducción a los fundamentos del mobile marketing.
- Tipos de apps móviles.
- Fases de una estrategia de app móvil.
- Factores ASO On-Metadata/Off-Metadata.
- Analítica Mobile.

**Actividades formativas:**

- Elaboración de trabajos grupales y/o realización de pruebas individuales: 2 ECTS

**Sistema de evaluación:**

Todas las materias se evalúan mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, del proceso de aprendizaje a lo largo del periodo académico:

- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 40% de la nota final.
- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, problemas, etc.) correspondiendo como mínimo a un 60% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los profesores responsables y de los condicionantes de cada curso.



**Bibliografía:**

- Brognara, R. (2016). Revolución mobile: los cambios sociales y de marketing producidos por las tecnologías móviles. ESIC
- Hernández Dauder, M.A. (2016). Marketing digital: marketing móvil, seo y analítica web. Anaya.
- Hernández Ruíz, J. (2014). Mobile marketing: estrategia y transformación digital. Publixed.
- Montiel Vallvé, A. (2017). Mobile Marketing y las APPS: cómo crear apps e idear estrategias de mobile marketing. UOC
- Scott, D.M. (2017). The new rules of marketing & PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, newsjacking, and viral marketing to reach buyers directly. Wiley.