

**Programación Didáctica del módulo:
0931 Marketing Digital** (Módulo bilingüe en inglés)

1º Curso CFGS Marketing y publicidad

HOJA INFORMATIVA

Curso 2025- 2026

Juan Gil Pereda

Departamento de Comercio y Marketing

IES Las Llamas - Santander



INDICE

1. CONTENIDOS MÍNIMOS.....	3
2. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	10
En primer lugar cabe destacar que el presente módulo se imparte en el idioma inglés. Por tanto todos los apuntes, explicaciones, trabajos, actividades y herramientas de evaluación se realizan en inglés.....	
2.1 Instrumentos de evaluación	10
2.2 Criterios de calificación	10
2.3 Procedimiento para la recuperación.....	13
2.4 Prácticas fraudulentas	14
3. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.....	14
4. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	15

1. CONTENIDOS MÍNIMOS

Los contenidos mínimos exigibles en las pruebas de evaluación extraordinarias de junio para la superación del módulo son los fijados por el RD 1571/2011 de 4 de noviembre por el que se establece el Título de Técnico Superior de Marketing y Publicidad, fijando las siguientes enseñanzas mínimas:

RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.</p>	a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	Administración de los accesos y conexiones a redes.
	b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	- Introducción. Qué es Internet y su origen.
	c) Se han identificado los diferentes proveedores de red.	- Cómo funciona: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web, los dominios de la red.
	d) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	- Modos de conectarse a Internet.
	e) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	- Configuración del acceso.
	f) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	- Las intranets y las extranets.
	g) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	- Qué es un navegador y cómo funciona: navegadores más utilizados.
	h) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	<p>Búsqueda de información en la red.</p> <p>- Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, inclusión en servicios adicionales y herramientas específicas.
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA 2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.</p>	a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.	<p>Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Correo electrónico: qué es y cómo funciona. - El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar. - Correo no deseado. - Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo. - Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3. - Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla. - Servidores FTP. Aplicaciones FTP.
	b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	
	c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.	
	d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	
	e) compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).	
	f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.	
	g) Se ha analizado la normativa sobre descargas.	
	h) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.	

		<ul style="list-style-type: none"> - Redes P2P (peer to peer): aplicaciones. - Descargas: musicales, de vídeos y software. - Freeware y shareware. - Conexiones telefónicas de voz.
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA 3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.</p>	a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, HTML, doc., xis, gif, jpeg o txt, entre otros).	<p>Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal. - Seguridad: firma electrónica reconocida. - Programas de facturación electrónica. - Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros. - Programas de visualización e impresión de archivos PDF. - Programas reproductores,
	b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	
	c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	
	d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	
	e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	
	f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	
	g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	
	h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	

		<p>organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros, entre otras aplicaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware y phishing. - Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías.
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA 4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. CLAVE</p>	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	<p>Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicio de mensajería instantánea. - Telefonía por Internet. - Videoconferencia. - Los foros: leer y escribir en un foro. - Los grupos de discusión. - Redes sociales. - Weblogs, blogs o bitácoras. - Redes sociales para empresas. - Añadir elementos a una página de una red social. - Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en
	b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	
	c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	
	d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.	
	e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	
	f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	
	g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.	

		<p>una página de una red social.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Añadir aplicaciones profesionales a una página. - Blog externos y RSS. - Cómo buscar un grupo interesante. - Crear una red de contactos influyentes. - Comprar y vender en redes sociales.
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA 5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. CLAVE</p>	a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).	<p>Construcción de páginas web.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura de una página web. - Lenguaje HTML. - Creación de páginas web con los editores web más usuales.
	b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	<ul style="list-style-type: none"> - Elección del servidor para alojar páginas web.
	c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación de páginas web vía FTP.
	d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	<ul style="list-style-type: none"> - Alta en buscadores. - Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.
	e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	<ul style="list-style-type: none"> - Catálogo online.
	f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.	<ul style="list-style-type: none"> - Flujos de caja y financiación de la tienda online. - Zonas calientes y zonas de usuario. - El carrito de la compra online.
	g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS

<p>RA 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.</p> <p>CLAVE</p>	<p>a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.</p>	<p>Diseño del plan de marketing digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo del plan de marketing digital. - El comportamiento del cliente online. - Promoción online y offline de la web. - Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines. - Políticas de captación: proceso de creación de una marca. - Análisis de estadísticas y medición de resultados. - Marketing de afiliación. - Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM). - Cross marketing. - Marketing viral. - Marketing one-to-one. - Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.
	<p>b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.</p>	
	<p>c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción on-line.</p>	
	<p>d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.</p>	
	<p>e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.</p>	
	<p>f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.</p>	
	<p>g) identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.</p>	
	<p>h) Se ha analizado la normativa sobre publicidad.</p>	
	<p>i) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.</p>	
RA	CE	CONTENIDOS MÍNIMOS
<p>RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo</p>	<p>a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.</p>	<p>Definición de la política de comercio</p>

<p>las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.</p> <p>CLAVE</p>	b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	<p>electrónico de una empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Idea y diseño de una tienda virtual. - Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros. - Selección y registro de dominio. - Escaparate web. Catálogo electrónico. - Control logístico de las mercancías vendidas online. - La reclamación como instrumento de fidelización del cliente. - La importancia financiera de la reclamación. - Medios de pago electrónicos. - Períodos de reflexión y cancelaciones. - Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única. - Firma. - Certificados digitales. - Encriptación. - Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.
	c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	
	d) Se ha diseñado una tienda virtual.	
	e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	
	f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	
	g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	
	h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	
	i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.	

2. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

En primer lugar cabe destacar que el presente módulo se imparte en el idioma inglés. Por tanto todos los apuntes, explicaciones, trabajos, actividades y herramientas de evaluación se realizan en inglés.

2.1 Instrumentos de evaluación

Para llevar a cabo la evaluación de los resultados de aprendizaje se propondrán distintos instrumentos para cada uno de los criterios de evaluación con las ponderaciones que se muestran en la tabla a continuación.

Los instrumentos podrán ser de diferente tipología según el tipo de CE que se pretenda evaluar:

- PO: Pruebas objetivas de evaluación, consistentes en pruebas teóricas o prácticas, escritas u orales, individuales o en grupo. En caso de no asistencia las pruebas objetivas no se repetirán.
- AP: Actividades prácticas, consistentes en actividades diarias a desarrollar en el aula. Estas actividades podrán consistir en la resolución de cuestiones, tareas de investigación, elaboración de documentos, etc. Estas actividades pueden ser para realizar en el aula o bien fuera del aula. Las actividades no serán calificadas si se entregan fuera del plazo establecido.

2.2 Criterios de calificación

La calificación final del módulo se obtiene por la suma ponderada de las notas de los instrumentos de evaluación establecidas para cada criterio de evaluación, según los % establecidos para cada RA y cada CE (indicados en la siguiente tabla).

Para superar el módulo es necesario que cada RA de los considerados clave esté aprobado, no se compensará la nota de RA clave suspensos.

RA	%	CE	%	Instrumento de evaluación
RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	10%	a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.	1,25%	Prueba objetiva
		b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.	1,25%	Prueba objetiva
		c) Se han identificado los diferentes proveedores de red.	1,25%	Prueba objetiva
		d) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.	1,25%	Prueba objetiva
		e) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.	1,25%	Prueba objetiva
		f) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.	1,25%	Prueba objetiva y actividad práctica
		g) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.	1,25%	Actividad práctica

		h) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.	1,25%	Prueba objetiva
RA 2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.	5%	a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.	0,63%	Actividad práctica
		b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.	0,63%	Actividad práctica
		c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.	0,63%	Actividad práctica
		d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.	0,63%	Prueba teórica
		e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).	0,63%	Prueba teórica
		f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso, con responsabilidad y seguridad.	0,63%	Prueba teórica
		g) Se ha analizado la normativa sobre descargas.	0,63%	Prueba teórica
		h) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.	0,63%	Actividad práctica
RA 3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.	5%	a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, HTML, doc., xis, gif, jpeg o txt, entre otros).	0,63%	Prueba objetiva
		b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.	0,63%	Prueba objetiva
		c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.	0,63%	Prueba objetiva
		d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.	0,63%	Actividad práctica
		e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.	0,63%	Actividad práctica
		f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.	0,63%	Actividad práctica
		g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.	0,63%	Prueba objetiva
		h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.	0,63%	Prueba objetiva
RA 4. Determina la estrategia que	20%	a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.	1%	Actividad práctica

<p>se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. CLAVE</p>		b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.	1%	Actividad práctica
		c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.	1%	Actividad práctica
		d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión, mediante una comunicación eficaz y respetuosa.	4%	Actividad práctica
		e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.	1%	Actividad práctica
		f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.	6%	Actividad práctica
		g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales, con creatividad e innovación para garantizar su calidad.	6%	Actividad práctica
		<p>RA 5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión. CLAVE</p>	20%	a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.	5,0%			Actividad práctica
c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.	2,0%			Actividad práctica
d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.	1,0%			Actividad práctica
e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.	4,0%			Actividad práctica
f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico, conforme a las nuevas situaciones tecnológicas.	5,0%			Actividad práctica
g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.	2,0%			Actividad práctica
<p>RA 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones</p>	20%	a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.	5%	Prueba objetiva
		b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.	4%	Prueba objetiva Actividad práctica
		c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción on-line.	2%	Prueba objetiva Actividad práctica
		d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.	4%	Prueba objetiva Actividad práctica

específicas de desarrollo de la marca comercial. CLAVE		e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad, con autonomía y seguridad.	1%	Prueba objetiva
		f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red, con iniciativa y autonomía.	1%	Prueba objetiva
		g) identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.	1%	Prueba objetiva
		h) Se ha analizado la normativa sobre publicidad.	1%	Prueba objetiva
		i) Se han identificado nuevas tendencias en el marketing digital, así como el uso de nuevas herramientas tales como la IA.	1%	Prueba objetiva
RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line. CLAVE	20%	a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.	4%	Actividad práctica
		b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.	1%	Actividad práctica
		c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.	2%	Prueba objetiva
		d) Se ha diseñado una tienda virtual con creatividad e innovación.	5%	Actividad práctica
		e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.	4%	Actividad práctica
		f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.	1%	Prueba objetiva
		g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.	1%	Actividad práctica
		h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.	1%	Prueba objetiva
		i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.	1%	Prueba objetiva

2.3 Procedimiento para la recuperación

En el caso haber suspendido algún RA en las evaluaciones ordinarias (1ª, 2ª o 3ª evaluación) éste tendrá que ser recuperado a lo largo de la tercera evaluación. Los estudiantes tendrán la oportunidad de recuperar los RA que no hayan aprobado durante el curso y para ello se determinará, para cada caso particular, las actividades de evaluación a realizar.

Los ejercicios y actividades prácticas se puntúan de la siguiente manera: 0-No realizado; 1; 3; 5; 7; 9

Para aquellas actividades de evaluación consistentes en la participación en un taller, charla u otra actividad complementaria, en el caso de que el/la estudiante no haya participado, el criterio de

evaluación asociado no podrá ser evaluado con otra actividad equivalente, por lo que el criterio de evaluación estará suspenso.

2.4 Prácticas fraudulentas

En caso de sorprender a algún alumno/a cometiendo alguna de las prácticas consideradas fraudulentas se aplicará lo contenido en el documento de “*Normas sobre Prácticas Fraudulentas*” aprobado por el Departamento de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y recogido en el Proyecto Curricular de la familia de Comercio y Marketing.

Además, esta programación se remite al NOF (normas de organización y funcionamiento del centro).

3. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

	Unidad	Horas	Evaluación
Unidad 1	UD 1: Introducción a Internet: origen, protocolos, configuración de accesos. Navegadores y buscadores. Seguridad en Internet.	19	1º
Unidad 2	UD 2: Servicios de Internet: correo electrónico, gestores de correo. Transferencias de archivos.	12	1º
Unidad 3	UD 3: La facturación electrónica y tareas administrativas telemáticas.	10	1º
Unidad 3	UD 4: La web 2.0 o red social: comunicación digital y RRSS.	25	1º
Unidad 4	UD 4: Construcción de páginas web	35	1º y 2º
Unidad 5	UD 6: El plan de marketing digital (I)	35	2º
Unidad 6	UD7: El plan de marketing digital (II)	35	2º y 3º
Unidad 7	UD 8: Definición de una política de e-commerce en la empresa. Modelos de negocio en Internet. Diseño y desarrollo de una tienda on-line	35	3º

Total 206 h.

4. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo de la actividad didáctica requerida por este módulo, se prevé la utilización de diversos materiales y recursos didácticos.

Libro de consulta: Marketing Digital. Miguel Moro y Adolf Rodés. Editorial Paraninfo.

Libros de consulta: El gran libro del Community Manager. Manuel Moreno. Editorial Gestión 2016

Otros materiales:

- Presentaciones y apuntes del profesor.
- Documentación varia obtenida principalmente por Internet: guías, manuales, e-books de descarga gratuita, blogs de referencia en el sector etc.

Recursos TIC:

- Ordenador para el profesor con cañón proyector, conexión a Internet, pizarra digital.
- Ordenadores para los alumnos, con conexión a Internet, el software necesario y las licencias de las aplicaciones a usar.

Todos los recursos y materiales necesarios para el desarrollo de cada unidad se pondrán a disposición del alumno/a antes del inicio de la unidad, bien en papel o bien a través de la plataforma Moodle / Teams / correo electrónico o se les indicará cómo obtenerlo.

Se utilizará la plataforma Moodle o Teams para la gestión de contenidos académicos y la cuenta de correo institucional de educantabria para comunicación con el alumnado.

Uso de dispositivos personales en el aula:

En circunstancias excepcionales, se permitirá a los estudiantes utilizar sus dispositivos móviles durante las sesiones de clase, cuando la actividad académica requiera así lo requiera, por ejemplo, para el acceso a redes sociales.