

**Escuela Técnica Superior de Ingeniería
Informática
Grado en Ingeniería Informática**

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA:

Email Marketing

Curso Académico 2018-2019

1. Datos Descriptivos de la Asignatura

Asignatura: Email Marketing

- Centro: Facultad de Ciencias
- Titulación: **Graduado en Ingeniería Informática**
- Rama de conocimiento: **Ingeniería y Arquitectura**
- Departamentos: **Ingeniería Informática y de Sistemas**
- Área de conocimiento:
Ciencias de la Computación e Inteligencia Artificial
- Curso: **1**
- Carácter: **Básica**
- Duración: **Cuatrimestral**
- Créditos: **6.0**
- Dirección Web de la asignatura: <http://campusvirtual.ull.es/ocw/>
- Idioma: **Español**

2. Prerrequisitos para cursar la asignatura

Esenciales / Recomendables:

No existen requisitos para cursar la asignatura

3. Profesorado que imparte la asignatura

Coordinación / Profesor/a 1: Airam Expósito Márquez

- Departamento: **Ingeniería Informática y de Sistemas**
- Centro: **Escuela Superior de Ingeniería y Tecnología**
- Correo electrónico: aexposim@ull.edu.es
- Dirección web del docente: <http://campusvirtual.ull.es>

Profesor/a 2: Christopher Expósito Izquierdo

- Departamento: **Ingeniería Informática y de Sistemas**
- Centro: **Escuela Superior de Ingeniería y Tecnología**
- Correo electrónico: cexposit@ull.edu.es
- Dirección web del docente: <http://campusvirtual.ull.es>

Profesor/a 3: Israel López Plata

- Departamento: **Ingeniería Informática y de Sistemas**
- Centro: **Escuela Superior de Ingeniería y Tecnología**
- Correo electrónico: ilopezpl@ull.es
- Dirección web del docente: <http://campusvirtual.ull.es>

4. Contextualización de la asignatura

La presente guía docente corresponde a una parte de la asignatura 'Email Marketing' del Grado en Ingeniería Informática de la Facultad de Ciencias. Concretamente se abordan los conocimientos relativos a la creación y gestión de campañas de email marketing.

- Bloque Formativo al que pertenece la asignatura: **Formación Básica**
- Perfil Profesional: **Graduado en Ingeniería Informática**

5. Objetivos

Objetivos de la asignatura

El objetivo principal de la asignatura es aprender los conocimientos básicos para la creación y gestión de campañas de marketing a través de email. El alumno conocerá las técnicas, herramientas y métricas que permiten la creación y gestión de campañas de email marketing.

Más específicamente la asignatura centra sus esfuerzos en mostrar las capacidades de el email marketing como herramienta para realizar eficientes campañas de marketing digital.

6. Competencias

Básicas

[B1] Conocimiento de las materias básicas y tecnologías, que capaciten para el aprendizaje y desarrollo de nuevos métodos y tecnologías, así como las que les doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones.

Transversales

[T1] Capacidad de actuar autónomamente.

[T7] Capacidad de comunicación efectiva (en expresión y comprensión) oral y escrita con especial énfasis en la redacción de documentación técnica.

[T13] Capacidad para encontrar, relacionar y estructurar información proveniente de diversas fuentes y de integrar ideas y conocimientos.

[T25] Capacidad de análisis, síntesis y evaluación.

7. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

1. Introducción al email marketing
2. La base de datos y gestión de listas
 - Ejercicios
3. Diseño de campañas de email marketing
 - Ejercicios
4. Contenidos del email
 - Ejercicios
5. Medición y análisis de resultados
 - Ejercicios
6. Herramientas de email marketing
 - Ejercicios
7. Buenas prácticas y captación de subscriptores
 - Ejercicios

8. Metodología

La metodología de la asignatura se centrará en clases teóricas y prácticas. En su doble naturaleza teórico-práctica la enseñanza se desarrolla a partir de explicaciones detalladas de la teoría para ser aplicada a los supuestos prácticos planteados. En cada sesión el profesorado pondrá a disposición del alumnado la parte teórica para posteriormente plantear los supuestos prácticos sobre los que trabajar en la clase. Con ello se pretende potenciar y mejorar las habilidades de análisis y comunicación de los estudiantes a través de una activa dinámica de participación. Adicionalmente, con el objetivo de que el alumno pueda realizar un seguimiento de los conceptos asimilados, realizará un cuestionario de evaluación en conjunción a los casos prácticos.

9. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

1. Arnold, J. (2011). E-Mail Marketing for Dummies.
2. Brodie, I. (2013). Email Persuasion.
3. Sterne, J., & Priore, A. (2000). Email Marketing: Using Email to Reach Your Target Audience and Build Customer Relationships.

Bibliografía Complementaria

1. Jenkins, S. (2008). The truth about email marketing.
2. Rob, S. (2011). eMarketing: the essential guide to digital marketing.
3. Rettie, R. (2002). Email marketing: success factors.
4. Mullen, J., & Daniels, D. (2011). Email marketing: An hour a day.

Recursos**10. Sistema de autoevaluación**

Realización de los ejercicios propuestos en las sesiones teóricas así como los casos prácticos.