

## Competencias Memoria Anterior

### Competencias básicas

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### Competencias específicas

CEO1 - Construir un Plan de Marketing Digital alineado con el desarrollo de negocio y el crecimiento de la empresa.

CEO3 - Integrar los sistemas de información de marketing y de los sistemas de inteligencia comercial.

CEO4 - Construir un proceso de generación de oportunidades o leads por medio de una adecuada estrategia de contenidos.

CEO5 - Aplicar herramientas digitales adaptadas a las características propias del consumidor digital en la estrategia de marketing.

CEO6 - Explotar las ventajas del uso de estrategias y técnicas de Social Media Marketing, Search Engine Marketing, Publicidad de Display en Internet y Marketing de Afiliación.

CEO7 - Evaluar los resultados de las campañas de marketing digital mediante tests de optimización.

CEO8 - Mejorar la reputación de la empresa y su comunicación con los diferentes grupos de interés por medio de las redes sociales.

CEO9 - Seleccionar entre las diferentes opciones tecnológicas vinculadas al desarrollo de la actividad propia del departamento de marketing.

CEO10 - Seleccionar entre las diferentes opciones de comercializar los productos en base a las herramientas digitales disponibles en el mercado.

CEO11 - Extraer información del análisis de las métricas de control de rendimiento de las acciones de marketing digital.

CEO12 - Segmentar las campañas de marketing digitales orientadas al consumidor digital mediante plataformas y herramientas digitales adecuada.

CEO13 - Identificar los factores más influyentes en el comportamiento de compra los consumidores digitales.

CEO14 - Actuar en base a los principios éticos y las responsabilidades legales del ejercicio profesional en un contexto de marketing digital y análisis de datos.

CE15 - Abordar la realización de proyectos de Marketing Digital y Analítico: planteamiento, selección de recursos, ejecución, análisis de resultados, presentación y discusión de los mismos.

CEO2 - Implantar acciones de marketing digital en base al análisis del mercado y del comportamiento del consumidor.