

Título Superior en Diseño

Especialidad

TÍTULO SUPERIOR EN
DISEÑO GRÁFICO

Enseñanzas Artísticas Superiores

GUÍA DOCENTE

DE LA ASIGNATURA:

4º - Optativa
(Posicionamiento)

Curso Académico 2025/26

Escuela Superior Enseñanzas Artísticas
Osuna. Sevilla.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1 Datos de la asignatura	
Denominación	4º - Optativa (Posicionamiento)
Tipo de asignatura	Optativa
Materia	4º - Optativa (Posicionamiento)
Tipo	Práctica
Curso	CUARTO
Especialidad	TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO
Duración	Primer Cuatrimestre
Créditos ECTS totales	8
Horas lectivas semanales	5
Prelación o requisitos previos	Diseño y desarrollo web.
Calendario	De septiembre a febrero
Horario de impartición	De mañana
1.2 Datos del profesorado	
Nombre	Manuel Fernández Carreño
Correo electrónico	manuelfc@esea.es

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1 Descripción de la asignatura

Nos encontramos ante una asignatura titulada "POSICIONAMIENTO, ANALÍTICA WEB Y SOCIAL MEDIA" que viene a completar el currículo de los futuros diseñadores gráficos en cuestiones básicas para promocionar su trabajo o el de sus futuros clientes con conocimientos y herramientas encaminadas a ganar en visibilidad de calidad en la Red. Para ello, es básico no solo hacer algo visualmente atractivo, sino que además se comporte bien en los distintos buscadores. El análisis de lo anteriores proporciona un flujo constante de datos que mejorará el proceso de toma de decisiones así como la experiencia de usuario. Especial espacio tendrá el 'Social Media' con el objetivo de adquirir las competencias necesarias para gestionar correctamente las redes sociales, blogs y demás herramientas comunicativas en Internet.

2.2 Contexto en el marco de la titulación

Posicionamiento, Analítica Web y Social Media' es una asignatura que se imparte en cuarto curso del Grado en Diseño Gráfico. Se desarrolla a lo largo del primer cuatrimestre y forma parte de las asignaturas denominadas como Optativas (OP) con un carácter eminentemente práctico. Esta asignatura aporta al estudiante un total de 8 de los 240 créditos E.C.T.S. (European Credit Transfer System) requeridos para obtener la certificación en las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de Diseño Gráfico.

3. CONTENIDOS

3.1 Contenidos de la asignatura

Posicionamiento SEO, SEM, SMM y SMO. La Analítica Web a nivel cuantitativo y cualitativo. La creación y gestión de redes sociales. El Social Media Plan. Creación, redacción y promoción de un blog de marca. Email marketing. Herramientas propias para desarrollar todo lo anterior.

3.2 Programa

TEMA 1: EL SOCIAL MEDIA PLAN
TEMA 2: REDES SOCIALES
TEMA 3: BLOGS
TEMA 4: POSICIONAMIENTO
TEMA 5: ANALÍTICA WEB

4. COMPETENCIAS

4.1 Competencias Transversales

- CT01 - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
- CT02 - Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente
- CT03 - Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
- CT04 - Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
- CT06 - Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal
- CT07 - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
- CT08 - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
- CT12 - Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada
- CT13 - Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
- CT14 - Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables
- CT15 - Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional..

4.2 Competencias Generales

- CG01 - Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos
- CG05 - Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio
- CG09 - Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad
- CG10 - Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial
- CG11 - Comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
- CG18 - Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos
- CG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación
- CG20 - Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la

comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.

4.3 Competencias Específicas

CE08 - Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

CE09 - Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto

CE11 - Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

5. METODOLOGÍA DOCENTE

5.1 Actividades			
Actividades Evaluables			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje dedicación
Clases teóricas	Clases teóricas magistrales impartidas por el profesor de la asignatura como explicación de la materia.	12	6,00%
Clases prácticas	Clases prácticas en aula a partir de comentarios que deben realizar los alumnos bajo la supervisión del profesor de la asignatura.	31	15,50%
Teórico prácticas	Se analizan y estudian diversas piezas representativas de los diferentes estilos sucedidos a lo largo de la historia del diseño, donde el alumno debe ser capaz de aplicar los contenidos expuestos por el profesor anteriormente. Se pretende, por tanto, la adquisición de conocimientos que posibilite la articulación de un juicio crítico con un cierto grado de autonomía.	34	17,00%
Exposiciones y presentaciones orales	Comunicación pública, individual o en grupo, de los resultados de un trabajo o proyecto de investigación de un autor o diseñador y a partir del mismo desarrollar una propuesta creativa donde el alumno puede mostrar la aplicación de los contenidos adquiridos. De este modo, se aplican las competencias del desarrollo de capacidades de comunicación de proyectos a través de la terminología específica de esta área.	2	1,00%
Asistencia a conferencias	Asistencia y participación a conferencias, exposiciones, seminarios o talleres. Según la naturaleza de dichas actividades puede conllevar la elaboración de informes y comentarios.	0	0,00%

Exámenes parciales o finales	Se basa en la realización de exámenes de carácter escrito donde el alumno pueda demostrar la adquisición de las competencias y su madurez en el uso de los elementos teóricos de la asignatura. En estos exámenes, el alumno debe mostrar su capacidad para la elaboración de discursos textuales y la estructuración de contenidos, en ocasiones con carácter sintético.	2	1,00%
Actividades o Seminarios	Se basa en la realización de actividades o seminarios online	0	0,00%
Total horas presenciales		81	40,5%
Actividades No Presenciales			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje de dedicación
Estudio individual	El alumno debe realizar una lectura, análisis y práctica de los contenidos y técnicas explicadas con el objetivo de asimilar los contenidos y plantear las dudas que puedan surgir de esta tarea. Así mismo, es fundamental que el alumno repita o repase los ejercicios prácticos establecidos en clase como método de interiorización del aprendizaje autorizado en la clase. Para este estudio, será de utilidad el uso de los servicios de biblioteca, del campus virtual y de las aulas informáticas y talleres vinculados al desarrollo de la asignatura.	10	5,00%
Organización de Grupos de Trabajo	Organización de trabajos en grupos de alumnos como método para el desarrollo de habilidades en equipo y transmisión de información ante una audiencia especializada. A este respecto, las actividades de esta acción formativa se concretan, en un primer momento, con la preparación y elaboración de proyectos de cierta envergadura relacionados con	55	27,50%

	los elementos y composición del diseño gráfico en movimiento. En un segundo momento, se establecerán las habilidades comunicativas para su exposición, tanto oral como escrita.		
Proyectos de investigación	Se trata de proyectos de considerable envergadura donde el alumno debe profundizar con cierto carácter autónomo en contenidos concretos del temario. En función del tema, estos proyectos pueden tener una variante creativa o retrospectiva.	54	27,00%
	Total horas de trabajo autónomo	119	59,5%
	Total volumen de trabajo	200	8 ETCS

5.2 Recursos

- Aula de informática con acceso a internet y ordenadores individuales para cada alumno conectados en red con el del profesor.
- Proyector en el aula.
- Pizarra.

5.3 Bibliografía y Documentación Complementaria

Cibrián, I. (2018). Marketing digital. Mide, analiza y mejora. ESIC.

De Gracia, R. (2022) Curso de marketing en LinkedIn. Menos publicidad, más clientes. Anaya.

Del Valle, E. (2017). Google AdWords. Trucos y estrategias para el éxito. Altaria Publicaciones.

Estrade, J.M

Jordán, D. y Hernández M. A. (2017). Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web. Social Business.

Ivars, A. (2021). Publicidad en Facebook e Instagram. Curso práctico para crear anuncios que venden. Anaya.

Maciá, F. (2018). Estrategias de marketing digital (Social Media). Anaya.

Moreno, M (2018). La enciclopedia del community manager. Deusto.

Nussbaumer, C. (2017). Storytelling con datos. Visualización de datos para profesionales. Anaya.

Rojas, P. y Redondo, M. (2013). Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing. Gestión 2000.

Solis, A. (2016). SEO. Las claves esenciales. Anaya.

Tovar, R. (2018). Posicionamiento web para todos. Ra-Ma.

6. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

6.1 Criterios de Evaluación

6.1.1 Criterios de Evaluación Transversales

CET01 - Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora, solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza

CET02 - Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente

CET03 - Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación

CET05 - Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal

CET06 - Demostrar habilidad comunicativa y crítica constructiva en el trabajo en equipo

CET07 - Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos

CET11 - Demostrar capacidad para la adaptación, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales, artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada

CET12 - Demostrar la calidad y la excelencia en su actividad profesional

CET13 - Demostrar dominio de la metodología de la investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables

CET14 - Demostrar capacidad para trabajar de forma autónoma, valorando la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

6.1.2 Criterios de Evaluación Generales

CEG01 - Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos

CEG05 - Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio

CEG09 - Demostrar capacidad para investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad

CEG10 - Demostrar capacidad para adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial

CEG11 - Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo

CEG18 - Demostrar capacidad para optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos

CEG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación

CEG20 - Demostrar capacidad para comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, para dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y para valorar su influencia en los

procesos y productos del diseño.

6.1.3 Criterios de Evaluación Específicos

CEE08 - Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

CEE09 - Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto

CEE11 - Demostrar el dominio de los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

CEE08 - Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

CEE09 - Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto

CEE11 - Demostrar el dominio de los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

6.2 Procedimiento de Evaluación

La evaluación se realizará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

Tal como consta en la Orden de 16 de octubre de 2012, por la que se establece la Ordenación de la Evaluación del Proceso de Aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Artísticas Superiores, el alumnado tendrá derecho a dos convocatorias de pruebas de evaluación, por curso académico. Las convocatorias de las asignaturas de periodicidad anual se realizarán los meses de junio (Convocatoria Ordinaria 1ª) y septiembre (Convocatoria Ordinaria 2ª).

De forma general, el alumnado dispone de cuatro convocatorias para la superación de la asignatura.

Los requisitos para superar cada convocatoria son las siguientes:

Convocatoria Ordinaria 1ª: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

Convocatoria Ordinaria 2ª: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

PONDERACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

Actividad de Evaluación	Descripción de la Actividad	Ponderación
Examen final de carácter escrito o práctico		%
Pruebas parciales de carácter escrito o práctico		%
Actividades Prácticas	Actividades aplicativas de las cuestiones teóricas vistas en clase.	30%
Trabajos Individuales o en Grupos	Son los denominados "Proyectos" y consistirá en la realización de una serie de trabajos que buscan condensar una serie de cuestiones teóricas vistas en clase para su puesta en práctica y adquirir las competencias necesarias en cada uno de los temas propuestos.	60%
Actividades Virtuales		%
Trabajos de investigación		%
Asistencia y Participación en Seminarios y Talleres	ACTITUD, PROACTIVIDAD Y ASISTENCIA: Para poder mantener este porcentaje al máximo no se podrán acumular más de 4 faltas injustificadas de asistencia a clase.	10%

7.2 Sistema de calificación

El resultado del aprendizaje se expresa mediante calificación numérica de 0 a 10, con un decimal. Las calificaciones cualitativas en relación con las numéricas son las siguientes:

0-4,9	SUSPENSO
5,0-6,9	APROBADO
7,0-8,9	NOTABLE
9,0-10	SOBRESALIENTE

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Actividades dentro del horario lectivo que buscan reforzar el aprendizaje del alumnado dentro de las diferentes fases de la propia asignatura.

9. SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO EN LA EVALUACIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, el alumno será partícipe del resultado de las diferentes actividades de evaluación a través de un informe de evaluación para los ejercicios y proyectos donde se expliciten los criterios de evaluación utilizados y su ponderación con respecto a la nota final del ejercicio. Dicho informe incluirán adicionalmente observaciones que faciliten el proceso de aprendizaje del alumno. Los criterios de evaluación serán diferentes en función de la naturaleza del ejercicio.

1. CRONOGRAMA

Semana	Sesión	Clase Teórica	Clase Práctica	Evaluación	Contenidos
1ª	1	1	1		PRESENTACIÓN. INTRODUCCIÓN.
2ª	2	2	1		TEMA 1: REDES SOCIALES
	3	2	0		TEMA 1: SOCIAL MEDIA
3ª	4	1	2		TEMA 1: SOCIAL MEDIA
	5	1	1		TEMA 1: REDES SOCIALES (FACEBOOK)
4ª	6	1	2		TEMA 1: REDES SOCIALES (FACEBOOK)
5ª	7	1	2		TEMA 1: REDES SOCIALES (TWITTER)
	8	2	0		TEMA 1: REDES SOCIALES (INSTAGRAM)
6ª	9	1	2		TEMA 1: REDES SOCIALES (INSTAGRAM)
	10	1	1		TEMA 1: REDES SOCIALES (LINKEDIN)
7ª	11	1	1		TEMA 1: REDES SOCIALES (TIKTOK)
	12	1	1		TEMA 1: REDES SOCIALES (TWITCH)
8ª	13	2	1		TEMA 1: REDES SOCIALES (OTRAS)
	14	2	0		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
9ª	15	1	2		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
	16	0	2		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
10ª	17	1	2		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
	18	0	2		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
11ª	19	0	3		TEMA 2: SOCIAL MEDIA PLAN
	20	1	1		TEMA 3: BLOGS
12ª	21	0	2		TEMA 3: BLOGS
13ª	22	0	2		TEMA 3: BLOGS
	23	0	2		TEMA 3: BLOGS
14ª	24	1	2		TEMA 3: BLOGS
	25	2	0		TEMA 4: POSICIONAMIENTO
15ª	26	1	2		TEMA 4: POSICIONAMIENTO
	27	0	2		TEMA 4: POSICIONAMIENTO
16ª	28	0	3		TEMA 4: POSICIONAMIENTO
	29	0	2		TEMA 4: POSICIONAMIENTO
17ª	30	2	1		TEMA 5: ANALÍTICA WEB
	31	0	2		TEMA 5: ANALÍTICA WEB

18 ^a	32	0	3		TEMA 5: ANALÍTICA WEB
	33	0	2		PRESENTACIÓN PRÁCTICA FINAL