Universidad de Navarra

Data Driven Marketing

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción:

La asignatura de *Data Driven Marketing* ofrece un programa teórico-práctico para conocer y profundizar en metodologías y herramientas de marketing basadas en el análisis de datos para toma de decisiones en el negocio digital.

- **Titulación**: Marketing
- **Módulo/Materia**: Módulo VII (Formación Complementaria)
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 3º y 4º, segundo semestre
- **Carácter**: Optativo
- **Profesorado**: Asier Rebollo (arebollo@external.unav.es) y Asier Berraondo (aberraondoa@external.unav.es). Invitados
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Aula 11 (Fcom). Viernes de 12h a 14h.

AVISO: El examen de la convocatoria ordinaria será el último día de clase (ver web de la facultad).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

R7 Conocer y valorar el rol del marketing desde una perspectiva multidimensional: histórica, económica y empresarial, legal, sociológica, deontológica y tecnológica.

R8 Conocer las herramientas y técnicas propias de los procesos de innovación y emprendimiento que se producen en torno a la gestión del marketing.

Competencias

R2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

R3 Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

R10 Aplicar las habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, planificación y gestión del tiempo a la toma de decisiones responsables y resolución de problemas de marketing.

Habilidades

R4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Universidad de Navarra

R9 Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

PROGRAMA

1. Fundamentos de Internet
2. La pirámide de comportamiento digital
3. La pajarita: adquisición y desarrollo declientes
4. Las 5 fuentes de tráfico para generar negocio enInternet
5. Los 4 estados de madurez digital: presencial,visibilidad, captación de leads y ventas
6. Customer Centric: del cliente al canal, pasandopor el contenido
7. Decisiones basadas en conocer a la competencia ylas tendencias de mercado
8. Embudos de conversión por objetivo de negocio
9. Los principales indicadores para medir laefectividad de un plan de Marketing
10. Herramientas para la medición del retorno de la inversión en marketing
11. Mejora continua y performance

ACTIVIDADES FORMATIVAS

El alumno deberá realizar las siguientes actividades formativas, indicándose en cada una las horas que se prevé le requerirán:

- Clases presenciales teóricas: 28 horas
- Clases presenciales prácticas: 2 horas
- Trabajos: 14 horas
- Estudio Personal: 30 horas
- Otros: 1

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

10%: Asistencia y participación en clase.

30%: Examen tipo test para afianzar la asimilación de los fundamentos básicos.

60%: Proyecto de grupo. El número de alumnos por grupo se determinará en función del total matriculados en la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno deberá realizar el examen (30%) y un proyecto individual (70%).

La fecha y hora límite para la entrega del proyecto será la misma que la del examen.

El trabajo será individual, siendo preciso que el alumno contacte con plazo suficiente con los profesores para que se lo asignen.

Universidad de Navarra

Avisos importantes sobre exámenes y otras entregas

Los motivos familiares o económicos NO justifican la solicitud de otra fecha de examen.

Los estudiantes con *necesidades educativas especiales* deberán ponerse previamente en contacto con la Coordinación de Estudios de la (facultad/escuela) para obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones (por ejemplo, disponer de más tiempo en los exámenes). Dicha autorización deberá ser enviada por el alumno al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre.

ATENCIÓN: Se recuerda que cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

Los exámenes y demás de entregas deberán observar la *debida corrección ortográfica y gramatical.* Este factor incidirá en la evaluación.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Puede contactar con los profesores en las direcciones de correo:

- **Asier Berraondo**: aberraondoa@external.unav.es
- **Asier Rebollo**: arebollo@external.unav.es

Como contacto en el departamento de Marketing y Empresas de Comunicación, puede acudir a Idoia Portilla **(iportilla@unav.es)**, despacho 0730 del edificio Ismael Sánchez Bella (en la planta baja).

BIBLIOGRAFÍA

- Se entregarán a lo largo del curso distintos recursos para el apoyo de los proyectos.