Universidad de Navarra

Inbound Marketing

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Bienvenida, bienvenido a la asignatura **Inbound Marketing**.

Inbound, sí, aún hoy lo llamamos Inbound Marketing para diferenciarlo de las antiguas prácticas 'Outbound' del Marketing que ya no funcionan; pero, tranquila, tranquilo... cuando el proceso de transformación digital en el que estamos inmersos culmine, volveremos a decir simplemente Marketing, y este será Inbound.

Y es que el mundo ha cambiado radicalmente en los últimos años... La manera en la que la gente vive, trabaja, vende y compra se ha transformado por completo; y como resultado, las empresas -desde las más pequeñas hasta las más grandes- se han visto forzadas a adaptar la manera en la que atraen, convierten, cierran y fidelizan a sus clientes.

El Inbound Marketing surge de la necesidad de dar respuesta al conjunto de estos cambios, aportando una metodología de hacer Marketing capaz de ayudar a las empresas a crecer, y crecer mejor en el nuevo contexto que internet y las nuevas tecnologías han generado.

Por eso, aprender Inbound, no es solo aprender una nueva manera de hacer Marketing, es aprender el Marketing del siglo XXI.

COMPETENCIAS

Como futuro profesional del Marketing, aprender y practicar Inbound Marketing te enseñará...

- **A construir *Buyer Personas*;** o lo que es lo mismo, a comprender en profundidad quiénes son, qué les importa y qué necesitan las personas que te compran.
- A entender el ***Funnel* de Ventas; y reducir al máximo las pérdidas y fricciones que experimentan las personas que avanzan por él.** (Cuando domines el Funnel de Ventas, iremos un poco más allá, y hablaremos del *Flywheel*).
- A hacer ***Branded Content*** con un propósito.
- A desarrollar estrategias de ***Lead Nurturing*** creativas y exitosas.
- A conocer qué es y qué pueden aportar las herramientas de ***Marketing Automation*.**
- A entender en qué consiste la difusión de contenidos a través de **Redes Sociales y a mantener una presencia conversacional en redes.**
- **A alinear una estrategia de Marketing con Ventas.**
- A manejar la **Analítica Digital** que de verdad le importa a la dirección de la empresa.

Pero sobre todo, y por encima de todo, aprenderás a hacer un Marketing del que la gente quiera formar parte, porque les resultará relevante y les aportará valor real en el momento y en el contexto que lo necesitan.

Esta asignatura te permitirá adquirir y practicar las siguiente competencias:

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB2 - 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.

CB3 - 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.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS GENERALES

CG4 - 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.

CG5 - 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.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE5 - Conocer los fundamentos básicos de la gestión de empresas y de la dirección estratégica necesarios para poder elaborar planes y estrategias de marketing eficientes.

CE13 - Conocer los principios de diseño y elaboración de planes de marketing integrales en torno a las marcas de empresas y organizaciones.

CE14 - Aplicar un pensamiento analítico, estratégico y creativo a la solución de problemas de comercialización y marketing.

CE27 - Conocer los principios y aspectos clave para la elaboración de planes integrales de comunicación, teniendo en cuenta los públicos y los objetivos de la organización.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Esta asignatura consta de las siguientes actividades formativas que conllevan una dedicación estimada de **75 horas** (3 ECTS):

- las **Clases Presenciales** y **Prácticas en Clase** (11 sesiones de 2 horas - **22 horas**)
- la **Certificación online en Inbound Marketing de Hubspot Academy** (**13 horas** de dedicación por parte del alumno para visualizar los contenidos, leer los recursos y realizar el test de evaluación)
- la elaboración y presentación oral, en grupo, de un **Proyecto Final** que permitirá a los diferentes equipos definir una completa estrategia de Inbound Marketing para un producto que, de manera aleatoria, se les asignará en los primeros días de la asignatura. (Se estima que la elaboración de un proyecto final requiere por parte del alumno una dedicación de unas **40 horas** de trabajo en equipo)
- la Certificación (opcional) en 'Software Marketing de Hubspot'. (Visualizar el contenido y realizar los ejercicios y el test de evaluación requiere unas **8 horas** de trabajo por parte del alumno)

Universidad de Navarra

Por tanto, la columna vertebral, y de alguna manera nuestro libro de texto, será la Certificación en Inbound Marketing de Hubspot Academy: un contenido online (en inglés y español) al que podrás volver las veces que necesites y que te habilitará para preparar las sesiones de trabajo en clase (ver **PROGRAMA** a continuación).

Cuando termines de interactuar con los contenidos de esta Certificación, estarás en disposición de realizar el Test de Certificación de Hubspot, con el que obtendrás parte de la nota en la asignatura, y te aportará un valioso activo en tu currículo, una Certificación personal avalada por Hubspot en Inbound Marketing.

La asignatura adoptará muchas de las ideas de la metodología de aprendizaje *Flipped Classrom*; de esta manera, utilizaremos las clases para repasar brevemente los aspectos teóricos y conceptuales (con los que habrás podido interactuar previamente en la Academy on line de Hubspot), para dedicar la mayor parte del tiempo en clase a la discusión, el debate, la revisión de los mejores referentes, la resolución de dudas y la ejecución de ejercicios prácticos que os ayudarán en el desarrollo de los elementos clave del Proyecto Final.

Así, las clases no irán tanto de tomar apuntes, como de trabajar, pensar, discutir y ejercitarse para comprender.

Un proceso de aprendizaje encaminado a ayudaros a ir confeccionando, a lo largo de los meses que dura la asignatura, vuestro Proyecto Final en grupo. Un Proyecto que deberéis defender en público ante vuestros compañeros y un tribunal, formado por profesores y profesionales de Marketing, que hará las veces del Consejo de Administración de la empresa ficticia para la que trabajaréis y que vende el producto que se os ha asignado. Ellos valorarán si la estrategia de Inbound Marketing que propondréis para llevar al mercado dicho producto merece la financiación y la confianza que solicitáis para llevarla a cabo.

Además, y como activo adicional, gracias a la vinculación de Javier Tourón, el profesor de la asignatura, con el **Education Partner Program de Hubspot**, tendremos acceso a todas las funcionalidades del software de Hubspot, una de las mejores herramientas tecnológicas para hacer Inbound que existen el mundo. Una oportunidad única de trabajar con la última tecnología en Marketing, y comprobar cómo se desenvuelven hoy en día muchos de los mejores departamentos de marketing del mundo.

En este punto, y gracias a este acceso privilegiado que tendrán los alumnos de la asignatura al CRM de Hubspot, los alumnos que deseen obtener la Certificación 'Software Marketing de Hubspot' podrán hacerlo y obtener una Certificación de gran valor en el mercado laboral, que solo pueden obtener profesionales con acceso al Software de Hubspot, dado que exige la realización de algunos ejercicios prácticos dentro del CRM. Esta Certificación no solo acreditará al alumno como un profesional que saben manejar la capa de Marketing del CRM de Hubspot, si no que también supondrá la obtención de 2 puntos extra en la valoración global de la asignatura.

PROGRAMA

- 11 ENE - Presentación de la asignatura + Creación de grupos para Proyectos Finales
- 18 ENE - **(1)** Aspectos básicos del Inbound Marketing
- 25 ENE - **(2)** Conocer a tu Buyer Persona
- 1 FEB - **(3)** Crear contenido para tu Buyer Journey
- 8 FEB - **Sesión con Invitado**. SEO, Web y Contenido en Veridas: el día a día en una B2B tecnológica, con **Marta Morrás**, Directora de Marketing de Veridas

- 15 FEB - **(4)** Diseñar una estrategia de distribución de contenido
- 22 FEB - **Sesión con invitado**. Hubspot Marketing CRM: una experiencia práctica con **Elisabeth Moleiro y Sandrá Marqués**, Revenue Operations en Veridas.
- 29 FEB - **(5)** Marketing de comportamiento y segmentación de la clientela
- 7 MAR - **(6)** Maximizar el ROI con la atribución y la experimentación de Marketing
- 14 MAR - **(7)** Automatización de Marketing e Inteligencia Artificial
- 21 MAR - **Stop&Go** - Referentes e Inspiración
- 11 ABR - Repaso + Sesión preparatoria de Proyectos Finales
- 18 ABR - Repaso + Sesión preparatoria de Proyectos Finales
- 25 ABR - Presentación Oral de los Proyectos Finales en grupo (horario especial de 16:30 a 20:00)

Lugar. Aula 13, Facultad de Comunicación

Horario. Jueves, de 18:30 a 20:00 (sin descanso)

Prácticas. Al comienzo de la asignatura cada grupo recibirá un WorkBook que puede descargarse en Hubspot Academy en el primer tema de la Certificación en Inbound Marketing. El WorkBook está dividido en (7) temas que se corresponden con los contenidos de las clases y de la Certificación. El WorkBook está pensado para ser trabajado en clase y ayudar en la preparación de los Proyectos Finales. Cada clase tendrá un tiempo destinado al trabajo en equipo, durante el cual deberán completarse los ejercicios propuestos por el profesor y que estarán relacionados con cada uno de los temas del WorkBook. De esta manera, cada clase terminará con el envío por correo electrónico de la práctica solicitada por parte de cada equipo.

Cada uno de los 7 temas del Workbook se corresponden con las 7 prácticas que deben entregarse para poder acceder a la evaluación del proyecto final. Cada grupo deberá tener presentadas las 7 prácticas. Las prácticas se realizarán en equipo y en clase. La participación en clase en la confección de la práctica tendrá su impacto en la nota final individual de cada alumno, permitiendo ser un elemento a tener en cuenta a la hora de subir la nota individual más allá de la obtenida en grupo durante el proyecto final.

El envío de cada práctica contendrá el contenido solicitado y el nombre de los integrantes del grupo que participaron de manera presencial en su elaboración. La participación en remoto para la elaboración de una práctica deberá ser sancionada por el profesor. Cada miembro de un equipo deberá haber participado en al menos 4 de las 7 prácticas propuestas, condición sin la cual, no podrá presentarse a la evaluación del proyecto final.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

El 40% de la nota (4 puntos), lo aportará la consecución de la Certificación en Inbound Marketing de Hubspot, en Hubspot Academy. Esta certificación tiene las siguientes características:

- Es un examen on line, tipo test, que consta de **60 preguntas**.
- Para aprobar se deberán responder **45 preguntas correctamente**
- El examen tendrá una duración máxima de **3 horas.**
- Tómate tu tiempo para responder, la dinámica de la evaluación no permite volver atrás una vez respondas a cada cuestión que se te plantee.

- Intenta realizar tus intentos de certificación a solas, sin interrupciones, y en un entorno que favorezca tu concentración.
- El examen de certificación se realizará on line de manera autónoma, en la plataforma de Hubspot Academy; se recomienda realizarlo en el último tramo de la asignatura.
- El alumno deberá obtener la certificación **antes del 25 de ABRIL**. Hasta entonces, tendrá todas las oportunidades que desee para lograr alcanzar el mínimo de 45 preguntas acertadas. Hubspot Academy prevé 12 horas entre un intento de certificarse fallido y el siguiente. Para facilitar el aprendizaje, si no apruebas, Hubspot te enviará al correo electrónico un feedback de las preguntas acertadas y falladas con lo que podrás realizar un mejor repaso.
- Recuerda, lo importante no son los 4 puntos, **lo realmente importante es aprender**.

El 60% restante de la nota (6 puntos), lo aportará la realización de un Proyecto Final en grupo consistente en la elaboración de una completa estrategia de Inbound Marketing para un producto y tipología de empresa, que de manera aleatoria, se asignará el primer día de clase.

- Los equipos trabajaran simulando ser el departamento de Marketing de una empresa que vende el producto que se les ha asignado.
- En un primer momento, los grupos recibirán, de manera aleatoria, un bien de consumo, que deberán conceptualizar y convertir en un producto con sus atributos y posicionamiento.
- Además, de manera también aleatoria, cada grupo, recibirá un perfil de empresa (multinacional, pyme, start-up...) con unas características determinadas (B2C, B2B...).
- Ambos, el bien de consumo y el perfil de empresa, representarán el punto de partida desde el que construir la estrategia de Inbound Marketing.
- Una vez conceptualizado el producto y entendido el perfil de empresa, se estará en disposición de elaborar una completa estrategia de Inbound Marketing. Es importante entender que todos los grupos trabajarán con productos de nueva creación que se enfrentan a su año de lanzamiento.
- Cada grupo deberá defender su proyecto ante un jurado, compuesto por profesores y profesionales del Marketing, que hará las veces de Consejo de Administración o Dirección General de la empresa.
- El jurado deberá valorar en qué medida el grupo ha asimilado los aprendizajes de la asignatura, y si la estrategia Inbound que proponen es merecedora de la confianza de la empresa y por tanto de la financiación que se solicite para llevarla a cabo.

Requisito. Para poder acceder a la valoración del Proyecto Final, el grupo deberá tener presentadas las 7 prácticas propuestas por el profesor el hilo del trabajo práctico en clase con el WorkBook de la asignatura y que deberán realizarse durante el transcurso de las clases. Cada alumno deberá acreditar su participación en al menos 4 de las 7 prácticas. La calidad y participación en las prácticas podrá ser tenido en cuenta para mejorar la calificación final de un alumno.

2 puntos extra. Todos los alumnos que decidan, de manera voluntaria, completar la Certificación en 'Software Marketing de Hubspot' obtendrán 2 puntos extra en su evaluación personal, lo que les permitirá subir su nota. Esta Certificación de Hubspot está disponible solo para aquellos profesionales que pueden realizar las prácticas de la Certificación dentro del Software de Hubspot. Los alumnos de la asignatura, gracias a la vinculación del profesor con el Educational Partner Program de Hubspot, tienen un acceso completo al CRM de Hubspot ,y por tanto, podrán realizar los ejercicios prácticas que les habilitarán para la

obtención de esta Certificación, que cuenta con gran prestigio en el mercado laboral y es un gran activo en cualquier Curriculum, particularmente para empresas que operan con el Software de Hubspot en su día a día.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Para los estudiantes que deseen presentarse de nuevo a la convocatoria extraordinaria, aún habiendo aprobado en la ordinaria, han de tener en cuenta que deben presentar la instancia en el tiempo normativo en la Secretaría de la Facultad. Esta convocatoria extraordinaria, en las condiciones que se describen a continuación, se habilita para alumnos que no hayan llegado a la nota de aprobado en la convocatoria ordinaria, o deseen subir nota.

La nueva nota del alumno será la obtenida en la convocatoria extraordinaria, aún si fuera inferior a la obtenida en la convocatoria ordinaria.

Para ello, el estudiante tendrá que realizar el examen de Certificación en Inbound Marketing de Hubspot Academy, y presentar un proyecto final individual para un bien de consumo de libre elección (con el mismo perfil de empresa asignado para el trabajo en grupo) y que deberá sancionar previamente con el profesor de la asignatura, debiendo presentar el WorkBook debidamente cumplimentado para este nuevo producto y defender la estrategia de Inbound Marketing en una presentación oral de 25 minutos.

HORARIOS DE ATENCIÓN

El servicio de atención al alumnado de la asignatura estará disponible de manera presencial, y/o por videoconferencia, preferentemente los martes de 16:30 a 18:30.

- Las citas con el profesor deberán acordarse previamente utilizando esta cuenta de correo electrónico: jtoupo@external.unav.es

BIBLIOGRAFÍA y RECURSOS

Bibliografía básica

Certificación en Inbound Marketing de Hubspot: una Certificación Oficial de Hubspot con vídeos, transcripciones, presentaciones y lecturas adicionales con las que obtener un título de gran prestigio en el sector.

En esta plataforma on line de aprendizaje tienes recogidos los contenidos esenciales de la asignatura. Lo ideal, para aprovechar al máximo la asignatura es interactuar previamente con el tema de la Certificación que se tratará cada semana en clase.

Bibliografía complementaria (no obligatoria)

El Inbound Marketing es un área de estudio que se mueve y evoluciona increíblemente rápido. Por esta razón, recomendamos la suscripción y lectura de alguno de los blogs líderes en el mundo en esta materia. Esta será la manera más efectiva para lograr mantenerse al día en las mejores prácticas para la ejecución, creación y planificación de estrategias de Inbound Marketing.

Universidad de Navarra

- HubSpot blog en inglés
- Hubspot blog en español
- The MOZ blog
- Unbounce blog
- Litmus blog
- HelpScout blog
- Optimizely blog
- ConversionXL blog

Adicionalmente, te sugiero la lectura de estos libros:

- Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs, by Brian Halligan and Darmesh Sha
- Start with Why, Simon Sinek
- To sell is Human, Daniel Pink

Por último, **David Tomás**, CEO y Fundador de la agencia **Ciberclick**, referente y pionero de Inbound Marketing en España, nos sugiere adicionalmente estas lecturas tan acertadas (en los enlaces de cabecera de cada listado encontrarás un video de Youtube donde David nos explica su selección de libros).

11 libros de Marketing Digital

1. No me hagas pensar - Steve Krug

2. Web Copy That Sells - Maria Veloso

3. Landing Page Optimization - Tim Ash

4. Call to Action - Bryan Eisenberg

5. Web Analytics - Avinash Kaushik

6. Contagious - Jonah Berger

7. Hooked (Enganchado) - Nir Eyal

8. Hacking Growth - Morgan Brown

9. Buyer Personas - Adele Revella

10. Artificial Intelligence in Practice - Bernard Marr

11. Inbound Marketing - Brian Halligan & Dharmesh Shah

10 Libros de Marketing para ser mejor profesional

1. Permission Marketing - Seth Godin

2. La vaca púrpura - Seth Godin

3. Esto es Marketing - Seth Godin

4. Marketing 4.0 - Philip Kotler

5. The New Rules of PR and Marketing - David Meerman Scott

Universidad de Navarra

6. Fanocracy - David Meerman Scott

7. Influencia - Robert Cialdini

8. Pre-suasión - Robert Cialdini

9. The Inside Advantage - Robert H. Bloom

10. Uncommon Service - Frances Frei

SOBRE LA ASIGNATURA

https://blog.hubspot.es/marketing/historia-de-cliente-javier-touron-porto

Esta asignatura comenzó en 2019, convirtiéndose en la primera asignatura de Inbound Marketing en incorporarse a estudios de Grado universitario en España. [Blog de Hubspot en Español]

- **Tipo de asignatura:** Optativa
- **Plan de estudios:** Grado de Marketing
- **Créditos ECTS:** 3 ECTS
- **Semestre:** Segundo Semestre
- **Módulo y materia:** Módulo VII (Formación Complementaria)
- **Materia:** Mención en Creatividad
- **Departamento:** Marketing y Empresas de Comunicación
- **Idioma:** Castellano/Inglés
- **Requisitos:** El alumno debe estar admitido en la Mención de Creatividad

SOBRE EL PROFESOR

Javier Tourón Porto es profesor invitado de la **Universidad de Navarra**, miembro del **Education Partner Program de Hubspot** y Director de Marketing de la empresa tecnológica das-Nano.

Lleva desde el año 2000 ayudando a empresas, instituciones y personalidades a desarrollar estrategias de Marketing que les permitan a alcanzar sus objetivos.

Formarse como periodista, es antiguo alumno de nuestra Facultad (COM'00), le preparó para manejar el contenido, que es la 'gasolina' que mueve cualquier buena estrategia de Inbound Marketing, su principal área de especialización.

Siendo emprendedor comprendió lo que cuesta conquistar y retener clientes. Y descubrió el enorme potencial que albergan las herramientas digitales para hacer crecer cualquier negocio.

Pasar por el **IESE** en Barcelona, donde cursó un PDD en el año 2012, le ha preparado para desarrollar las mejores prácticas que utilizan los negocios de éxito para competir hoy.

#BeInboundUNAV

Universidad de Navarra

#BeInboundUNAV es el hastag de la asignatura... Pero no solo; es, además, el nombre del grupo de Linkedin que formamos todos aquellos que, en algún momento, hemos estado vinculados con la asignatura de Inbound Marketing.

Estamos iniciando un movimiento Inbound en España y queremos que formes parte...

Pincha AQUÍ y únete al grupo en Linkedin