

Registro de la Propuesta del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Alicia Vieco Lominchar

PROGRAMA: E2 Marketing GRUPO: B FECHA: 03/11/2020

Director Asignado: Tena Blázquez, Antonio

Título provisional del TFG: Ideación, creación e implementación de un plan de marketing digital en microempresas.

Objetivo General: Desarrollar un plan de marketing digital para Varillero.com.

Metodología: Este TFG contará con una primera parte que consistirá en una revisión bibliográfica que permitirá hacer un análisis crítico sobre el marketing digital en microempresas. A continuación, una segunda parte de análisis cuantitativo en la que se definirán unos KPI'S para poder medir la evolución.

Índice preliminar:

1. Resumen
2. Introducción al TFG

Parte I. Estudio Teórico

3. Definición de objetivos y planteamiento de hipótesis de trabajo
4. Metodología
5. Estado de la cuestión. Análisis

Parte II. Desarrollo del plan de marketing digital para Varillero.com

6. Estrategia y acciones
7. Conclusiones y contrastación de hipótesis
8. Bibliografía

Bibliografía:

Anetcom. (2013). Estrategias de marketing digital para pymes (Anetcom ed.). Anetcom.

Bradford, R. (2020, 20 octubre). How to approach video strategy like a marketing technologist. MarTech Today. <https://martechtoday.com/the-right-video-strategy-for-marketers-244599>

Godoy, J. (2012). Social Media de 3a Generación. Mind Your Mind.

Microbusiness Marketing with No Time, No Money, and No Expertise-Research and Recommendations for Improving Marketing Results for Microbusinesses. by *Krueger, George B.*, D.B.A., William Howard Taft University, 2019

Montes, L. (2020, 22 octubre). El último año del ecommerce y su cambio hacia un formato más social. Business Insider España. <https://www.businessinsider.es/ultimo-ano-ecommerce-cambio-formato-social-740821>

Rogers, D. (2016). Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age (Illustrated ed.). Columbia Business School Publishing.

Kaushik, A. (2009). Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity (Pap/Cdr ed.). Sybex.

Sanagustín, E. (2020). Marketing de contenidos: Estrategias para atraer clientes a tu empresa. Eva Sanagustín Fernández.

Structural Equation Modeling of Advertising Involvement, Consumer Attitude, and Engagement for Video Advertising in a Social Networking Site
by *Toler, Richard L., Jr.*, Ph.D., Northcentral University, 2017

Technology and the changing face of audience development: An examination of effectiveness of social media, video on demand, and website efficiency as it relates to marketing for the arts by *Gren, Joshua Michael*, M.B.A., California State University, Long Beach, 2011

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:



Firma del director:

Fecha: 03/11/2020