Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Periodismo Especializado, Digital y Nuevos Modelos de Negocios (Título Propio asociado a Periodismo)
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Nuevos Canales de Distribución
Tipo:	Propia Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Curso:	2
Código:	32513
Periodo docente:	Tercer semestre
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	150

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ignacio de María Losada Pérez	ignacio.losada@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Nuevos Canales de Distribución tiene como objetivo dotar a los alumnos de las herramientas y conocimientos básicos de negocio que les permitan comprender cómo funciona una empresa y cómo lleva a término sus objetivos. Asimismo, introduce al estudiante en los principios básicos del marketing, con elementos propios que tendrá que conocer para el desempeño de su trabajo en el Departamento de Comunicación de una compañía.

De este modo, la asignatura quiere ayudar a que los alumnos puedan desarrollar estrategias de comunicación que doten de significado los objetivos empresariales.

OBJETIVO

El objetivo principal de la asignatura es que el alumno adquiera la capacidad de mirar el mercado desde una perspectiva de negocio para ayudarle a desarrollar de forma integral su trabajo en un Departamento de Comunicacion.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno no necesita conocimientos previos a esta materia.

CONTENIDOS

Tema 1. Introduccion a los negocios digitales.
Tema 2. La estructura organizativa.
Tema 3. Canales de distribucion digitales.
Tema 4. Estrategias de crecimiento.
Tema 5. La innovacion en valor.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las clases seran eminentemente practicas, con ejercicios dentro y fuera del aula -tanto individuales como en grupos reducidos-. Ademas, se fomentaran los debates sobre modelos de negocio y estrategias empresariales con el fin de desarrollar una mentalidad critica.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
• Asistencia a clase. 60h	• Desarrollo de entregables. 90h

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Comprender cuales son y como funcionan los modelos de negocio digitales.
Entender la importancia de poner al cliente en el centro de todas las decisiones.
Discernir los tipos de clientes y como ha de ser la comunicacion.
Comprender las principales estrategias de crecimiento.
Aprender a identificar nuevos mercados desde la innovacion en valor.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

- Participacion: 15%
- Trabajos individuales: 25%
- Trabajo final: 25%
- Examen final: 35%

Para aprobar la asignatura, es necesario aprobar el examen final (minimo 5) y haber entregado todos los ejercicios individuales y grupales planteados en el aula y en el Aula Virtual Canvas.
Si un trabajo o el examen presenta tres faltas de ortografia, automaticamente esa prueba estara suspensa.
Para aquellos alumnos que no puedan asistir a clase (por causa justificada y habiendo informado al profesor por correo electronico antes del 1 de octubre de 2023) y para aquellos que tengan que examinarse sin evaluacion continua, la evaluacion sera de la siguiente forma:

- Trabajos y ejercicios individuales: 25%
- Trabajo final (individual): 35%
- Examen final: 40%

Para estos alumnos, rigen las mismas normas que para los que puedan asistir a clase: Para aprobar la asignatura, es necesario aprobar el examen final (minimo 5) y haber entregado todos los ejercicios individuales y grupales planteados en el aula y en el Aula Virtual Canvas en la fecha que acuerde el profesor. Si un trabajo o el examen presenta tres faltas de ortografia, automaticamente esa prueba estara suspendida.
Las conductas de plagio, asi como el uso de medios ilegitimos en las pruebas de evaluacion, seran sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluacion y la Normativa de Convivencia de la universidad.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Seth Godin La vaca púrpura (Gestión 2000)

W. Chan Kim y Renée Mauborgne La estrategia del océano azul (Profit)

Complementaria

Alexander Osterwalder Generación de modelos de negocio (Ediciones Deusto)

Bill Aulet La disciplina de emprender (Lid)

Donald Miller Cómo construir una storybrand (Empresa Activa)

Eric Ries El método Lean Startup (Ediciones Deusto)

Seth Godin Esto es marketing (Alienta)

Simon Sinek Empieza con el porqué (Empresa Activa)