

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Habilidades para Abogados (Título propio asociado a Derecho)		
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno		
Asignatura:	Marketing Jurídico		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	1,50
Curso:	4	Código:	72416
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	37,50		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Sara Celia Molina Pérez-Tomé	sara@nizepartners.com

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Al cursar la asignatura de Marketing Jurídico se adquirirán los conocimientos necesarios para enfocar los despachos al mercado desde la Innovación.

OBJETIVO

El objetivo principal se basa en centrarse en entender el nuevo escenario que se plantea en el sector jurídico por la Transformación Digital. Para ello el alumno de una forma práctica aprenderá a definir una estrategia y a usar las herramientas que nos ayuden a definir dónde estamos y hacia dónde vamos .

CONOCIMIENTOS PREVIOS

No se exigen conocimientos previos

CONTENIDOS

Los contenidos están relacionados con los cambios experimentados por el entorno y su influencia sobre las personas, procesos y comunicación, así como las tendencias que están por venir y cómo competir de manera aventajada.

¿Qué es la Innovación?
¿Qué es el Marketing?
Evolución del 1.0 al 4.0
Análisis interno y externo
Herramientas de Definición Estratégica
Objetivos de Marketing Digital
RRSS
Construye tu CV online

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Asistencia activa y participativa en clase.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

COMPETENCIAS

Planificación Estratégica

Definición de Modelo de Negocio

Herramientas Marketing Digital

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno aprenderá a utilizar el pensamiento estratégico aplicado por medio del Business Case que se planteará

El alumno aprenderá esta habilidad aplicado por medio del Business Case que se planteará unido al R1

El alumno actualizará y mejorará su linkedin como herramienta online de Marketing Digital

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El alumno deberá aprovechar al máximo las clases que serán participativas. Si el alumno no cumple con la asistencia mínima suspenderá la asignatura a no ser que esté justificado.

La nota final será el resultado su participación en clase (20%) y el trabajo final (80%) que consistirá en un Business case y en la elaboración del perfil de LinkedIn se mantendrá el sistema de evaluación en caso de confinamiento.

Los exámenes se realizarán de manera presencial siempre y cuando la situación sanitaria lo permita, pudiendo ser modificados con el objetivo de cumplir las indicaciones dadas por las autoridades sanitarias.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecidos en la Normativa de Evaluación de UFV.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Manual de dirección, gestión y marketing jurídico
Autores: Sara Molina y Diego Alonso
Editorial: Atelier