

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Derecho Tecnológico y Habilidades del Abogado (Título propio asociado a Derecho)
-------------	---

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Marketing Jurídico
-------------	--------------------

Tipo:	Propia Obligatoria
-------	--------------------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	2
--------	---

Código:	72514
---------	-------

Periodo docente:	Tercer semestre
------------------	-----------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
--	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Sara Celia Molina Pérez-Tomé	sara.molina@ufv.es

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

Design Thinking y otros marcos de trabajo

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Asistencia activa y participativa en clase.

--

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
70 horas	5 horas

COMPETENCIAS

Planificación Estratégica
Definición de Modelo de Negocio
Herramientas Marketing Digital

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

MENTALIDAD ESTRÁTEGICA
Desarrollo de habilidades de emprendimiento y conocimiento del mercado
Aprovechamiento de las herramientas online

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.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

Sara Molina Manual de dirección, gestión y marketing jurídico