

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Liderazgo Colaborativo en el Marketing Digital (Título Propio asociado a Marketing)		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Gestión del Marketing a través del Conocimiento. Valores y Transformación Social		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	3	Código:	76115
Periodo docente:	Sexto semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ana Luisa Reyes Menéndez	analuisa.reyes@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En esta asignatura se pretende enseñar al alumno, desde una forma eminentemente práctica, las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen para la generación de negocio y bienestar social. Durante el semestre, el alumno será capaz de montar su propio negocio en Internet, desde la idea inicial hasta el diseño de su página web.

La asignatura Gestión del Marketing a través del conocimiento. Valores y Transformación Social ofrece a los alumnos una perspectiva práctica de la situación actual de los negocios online en un entorno empresarial omnicanal. El curso pretende darle a los alumnos herramientas para poder liderar estos cambios y construir empresas más líquidas y formar equipos más human-centred. El alumno aplicará técnicas de design thinking, prototipado y customer journey adquiridas en anteriores cursos.

OBJETIVO

El alumno adquirirá los siguientes conocimientos cursando la asignatura:

- Consolidar los conceptos adquiridos en el curso anterior.

- Conocimiento del entorno actual de negocios omnicanal.
- Entendimiento del entorno de ecommerce en su relación entre empresas y clientes.
- Visión de los nuevos modelos de negocio gracias a la tecnología.
- Aplicación de los conceptos de la digitalización en un plan de marketing de performance.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El alumno deberá haber adquirido como conocimientos previos los correspondientes a el Grado. Además, tendrán una especial relevancia aquellos relacionados con las asignaturas del Título Propio, Fundamentos del Marketing, Nuevos Patrones de Comportamiento del Consumidor, Ecosistema Digital y Transformación Digital.

CONTENIDOS

Tema 1: Introducción eCommerce

- Historia eCommerce
- Claves eCommerce
- Cifras eCommerce

Tema 2: Modelos de Negocio

- Tecnología en los negocios
- Economía colaborativa
- Modelos de Negocio
- Proceso de Innovación

Tema 3: Ciclo de Compra

- Comprador Digital (Shopper)
- Customer Journey Performance
- Claves del Customer Experience

Tema 4: Medios de Pago y Seguridad

- Principales medios de pago
- Claves de la seguridad

Tema 5: Multicanalidad

- Ecommerce multicanal
- Claves del ecommerce y su impacto en los canales convencionales

Tema 6: Estrategia de eCommerce

- Branding vs Performance
- Ecosistema digital Performance

Tema 7: Emprendimiento Digital

- Claves fundamentales de la marca personal.
- Venta de Ideas. Elevator Pitch
- Profesional Digital: LinkedIn

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Mediante la exposición de contenidos y actividades por parte del profesor con participación de los alumnos. Se usará el modelo de exposición activa y participativa. Los alumnos realizarán los siguientes tipos de actividades:

- > Trabajos en grupos basados en case studies
- > Identificar iniciativas de transformación digital de empresas de los sectores definidos.
- > Desarrollo de un customer experience sobre los sectores mencionados anteriormente.
- > Definición de un modelo de negocio basado en la transformación digital.
- > Desarrollo de un plan de marketing digital mediante modelo CANVAS

Tutorías: Atención individual al alumno con el objetivo de revisar y debatir los temas presentados en clase y aclarar dudas. En las pruebas de evaluación, se podrá evaluar la capacidad de aprendizaje autónomo y los

resultados de aprendizaje.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

COMPETENCIAS

El estudiante demuestra poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se encuentra a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

El estudiante aplica sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posee 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.

El estudiante tiene 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.

El estudiante puede transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

El estudiante desarrolla aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante tiene un conocimiento integrado de los modelos de negocio de comercio electrónico y le ayuda en el desarrollo del negocio para conseguir los objetivos que se le plantean. El presente resultado de aprendizaje se consigue con la presentación de ejercicios prácticos, así como a través de discusiones de temas específicos en clase. Durante el curso el profesor solicita a los estudiantes que apliquen los conocimientos adquiridos a la creación de un negocio de comercio electrónico.

El estudiante identifica al cliente como el pilar principal del negocio y entiende como desarrollar un negocio de comercio electrónico para alcanzar dicho objetivo. El estudiante entiende que cualquier negocio debe ser coherentes con los aspectos éticos y con las implicaciones sociales que afecten a la compañía y sus accionistas. El presente resultado de aprendizaje se consigue a través de la evolución que el caso práctico va a ir teniendo durante el semestre, con la ayuda del profesor.

El estudiante es capaz de expresarse, bien verbal o de forma escrita y está preparado para analizar el desarrollo de su propio negocio de comercio electrónico. El presente resultado de aprendizaje se consigue a través de la obsesión del profesor para motivar la participación en clase, no sólo con el ejercicio práctico sino también con la interacción diaria a través de preguntas que de forma escrita o hablada serán respondidas en clase.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Para evaluar el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, se establecen los siguientes criterios:

Alumnos que asisten con normalidad a clase, un 80% de asistencia.

- Trabajos sobre case studies: 40% (para hacer media con el resto de apartados, la puntuación de este apartado será mínima de 5)
- Examen escrito parcial: 15% (para hacer media con el resto de apartados, la puntuación de este apartado será mínima de 5)
- Examen escrito final: 35% (para hacer media con el resto de apartados, la puntuación de este apartado será mínima de 5)
- Asistencia sistemática a clase y participación activa y pertinente en las clases expositivas: 10%

Alumnos con dispensa académica que no puedan acudir a clase de forma justificada y alumnos UFV en Erasmus

- La nota se calculará en base a los trabajos sobre los case studies: 20%
- El examen final: 80%

Alumnos que no acuden a clase con normalidad, menos de un 80% de asistencia.

- La nota se calculará en base a los trabajos sobre los case studies: 20%
- El examen final: 80%

La nota máxima que pueden obtener es de un 8.

Alumnos en segunda matrícula

- Según asistan a clase o tengan dispensa académica, se aplicarán los criterios anteriormente mencionados.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación de los Grados de Administración y Dirección de Empresas y Marketing.

Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

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.

En el caso de que las recomendaciones de las autoridades sanitarias obliguen a un sistema de docencia en remoto, el procedimiento de evaluación y peso de los distintos factores se mantendrá.

Para asegurar el aprendizaje significativo por parte del alumno, se respetarán escrupulosamente las fechas de entrega de las actividades propuestas, trabajos individuales y grupales.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

- E-Commerce 2014 (10th Edition): Business, Technology, Society – Kenneth Loudon, Carol Guercio Traver. Editorial Pentice Hall
- The e-commerce Book, Building the E-Empire – Steffano Korper. Editorial Amazon
- Vender en Internet, las Claves del Éxito – Javier Escribano. Editorial Anaya

Complementaria

- MACIÁ DOMENE, F. y GOSENDE GRELA, J. (2013): Marketing online. Estrategias para ganar clientes en Internet, Anaya Multimedia.
- LIBEROS, E. et al. (2011): El Libro del Comercio Electrónico, 2a edición, ESIC.
- ADIGITAL (2012): Libro Blanco del Comercio Electrónico, Red.es.
- Cómo crear una Tienda Virtual con PHP5 y MySQL5 – Edgar D´Andrea. Editorial Infor Books

RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

www.ine.es
www.archive.org

www.aimc.es
www.red.es
www.cmt.es
www.iabspain.net
www.nielsen-netratings.com
www.forrester.com
www.tns-global.es
www.itu.int
www.ontsi.red.es
www.comscore.com
www.iab.net
www.admediapartner.com
www.vss.com
www.google.com/doubleclick
www.ojd.es www.bitacoras.com
www.pamorama.net
www.adigital.org
www.marketingnews.es/b2b
www.dominios.es/dominios
www.emarketer.com
www.observatorioecommerce.com
www.elobservatoriocetelem.com
www.alibaba.com
www.icex.es
www.agpd.es