



centre adscrit a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

Guía Docente

ECOSISTEMA DIGITAL

POSGRADO EN MARKETING

DIGITAL & E-COMMERCE

[2019-2020]

DATOS GENERALES

Nombre del curso: Ecosistema
Código: PMD-ED
Curso: 2019-20
Titulación: Posgrado en Marketing digital & e-commerce
Nº de créditos (ECTS): 2
Requisitos: sin requisitos previos
Fecha de la última revisión: diciembre 2019
Profesores: Oscar Cumí

1 DESCRIPCIÓN GENERAL

El Siglo XXI ha traído consigo grandes avances tecnológicos los cuales envuelven a la población en un ecosistema totalmente digitalizado, sin embargo, algunas organizaciones no se percatan de que este cambio en la comunicación y en el estilo de vida de las personas también debe ser integrado a la empresa si desea sobrevivir en este nuevo entorno.

De acuerdo con la evolución que se ha observado en los últimos años, la transformación digital no puede ser una opción, sino una regla básica para las empresas, en la cual, por medio de una estrategia digital que involucre a todos los miembros de la organización se mejoraran los procesos y la comunicación interna y brindar así una excelente experiencia al usuario, acomodándose a su estilo de vida y pensando cada vez más en la cercanía con este.

Esta asignatura proporciona una visión general de los cambios y tendencias tecnológicas y herramientas a través de las cuales los alumnos sean capaces de adaptar la empresa a su entorno y sean visionarios para crear estrategias digitales que impacten y creen ventajas competitivas relevantes para los usuarios que realmente hagan a la organización destacarse de sus competidores.

2 OBJETIVOS

- Mostrar al alumno cómo es el nuevo ecosistema digital, cómo funciona y cuál es su tendencia.
- Enseñar al alumno las técnicas y herramientas a través de las cuales se mejora la experiencia del cliente con la transformación digital.
- Enseñar al alumno qué implica la adaptación de una estrategia tecnológica en una organización y cuáles son sus ventajas.
- Entender cómo este ecosistema digital puede generar nuevas fuentes de ingreso para las organizaciones.

3 CONTENIDOS

Tema 1: ecosistema digital

- Nuevos paradigmas.
- El Ecosistema Digital en datos.
- Surface Web/Clear net.
- Deep Web.
- Darknet.

Tema 2: elaboración de un plan de e-marketing

- Integración del Plan de E-marketing al plan de Marketing general.
- Análisis de situación.
- Definición del Objetivo Smart.
- Buyer Persona.
- Estrategia.
- Táctica: Medios propios, medios de pago y medios ganados.
- Plan de acción.
- Análisis de métricas y KPI's.

4 METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

La enseñanza de esta asignatura se llevará a cabo de forma presencial, combinando sesiones teóricas (T) y prácticas (P), complementados con ejemplos reales expuestos por profesionales del sector.

La teoría se aplicará mediante:

- . Exposición por parte del profesor de los contenidos teóricos
- . Debate de los contenidos entre los asistentes

La práctica consistirá en:

- . Aplicación de los conceptos y metodologías a ejemplos prácticos por parte de los alumnos
- . Discusión casos reales en aula

Las sesiones estarán a cargo de profesionales del sector y proporcionarán un enfoque pragmático sobre los contenidos teóricos de la asignatura.

5 EVALUACIÓN

En un modelo de aprendizaje basado en competencias, evaluar significa valorar el progreso del estudiante en el logro de los objetivos propuestos. La evaluación debe abarcar todas las competencias programadas en el plan de estudios y debe basarse en criterios bien fundamentados y suficientemente transparentes y públicos. Debe existir una relación coherente entre los objetivos formativos, las actividades planificadas y los criterios de evaluación.

La evaluación de la materia consiste en determinar el grado de consecución de sus objetivos. Su superación significará haber alcanzado los objetivos establecidos como básicos e implicará obtener una calificación numérica mínima de 50.

6 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Skilton, M (2015). Building Digital Ecosystem Architectures. London: Palgrave Macmillan UK.

Webgrafía complementaria

- Carlosblanco.com
- Marketingdirecto.com
- Puromarketing.com
- Marketing4ecommerce.com
- Enriquedans.com