

GUÍA DOCENTE

ECOSISTEMA DIGITAL, ECOMMERCE -
MOBILE MARKETING /
DIGITAL ECOSYSTEM, E-COMMERCE –
MOBILE MARKETING

**Ecosistema Digital, Ecommerce / Mobile Marketing / Digital Ecosystem, E-
Commerce/Mobile Marketing**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 3; Semestre 6
Modalidad		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos		• Investigación de mercados en Internet. • Decisiones de actuación comercial en Internet. • Control de desviaciones en Internet. • Nuevas tendencias de negocio electrónico. • Tecnologías para el desarrollo de comercio electrónico. • De la web responsive a las aplicaciones nativas. • Tipología y fases de desarrollo de aplicaciones móviles. ---- • Market research on the Internet. • Commercial actions decisions on the Internet. • Deviation control on the Internet. • New trends in electronic business. • Technologies for the development of e-commerce. • From responsive web to native applications. • Typology and development phases of mobile applications.
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio del sector del marketing y la comunicación. / To understand the basic tools for information management in the business and corporate context of marketing and communication. CC05 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales de organizaciones del ámbito del marketing y la comunicación. / To learn tools for the development of innovative and distinctive entrepreneurship projects in the field of marketing and communication organizations.
	Habilidades y destrezas	HD01 Aplicar las teorías de la comunicación a las estrategias de marketing y comunicación de una empresa Applying communication theories to the marketing and communication strategies of a company HD04 Desarrollar estrategias de marketing y publicidad digitales coherentes con el posicionamiento de organizaciones del ámbito del Marketing y Comunicación. / Develop digital marketing and advertising strategies consistent with the positioning of marketing and communication organizations.
	Competencias	CP06 Integrar el posicionamiento web y el mobile Marketing en la estrategia de difusión y promoción de una empresa. Integrate web positioning and mobile marketing into the dissemination and promotion strategy of a company CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts. CP13 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales del marketing y la comunicación en base al reconocimiento y el

		respeto a la diversidad. / Work in multicultural and international marketing and communication environments based on the recognition and respect for diversity. CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad/ Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity	
Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning	18	
	Seminarios / Seminars	2	
	Clases prácticas / Practical lessons	38	
	Tutorías / Tutorials	12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work	76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	40	40
	Resolución problemas / Problem resolution	20	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	20	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	80	110
Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	8	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	18	
	Actividades Dirigidas Asíncronas	30	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
	Otras actividades de evaluación continua	0	10
	Total	70	120
Observaciones			