

Salud digital y marketing

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Semestre 2	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> Marketing en servicios sanitarios. Las dimensiones del marketing en salud y su función. Estrategias de marketing. Configuración de la oferta de servicios sanitarios. Marketing interno. Comunicación e imagen de marca. Responsabilidad Social Corporativa. Salud digital: e-health, m-Health, u-health. Salud móvil y paciente conectado. El Hospital Líquido. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC08 Identificar los principios de la salud digital y el marketing sanitario.
	Habilidades y destrezas	HD04 Utilizar los sistemas de información y gestión del conocimiento en la gestión de enfermería. HD08 Utilizar estrategias de gestión innovadoras basadas en los principios de la salud digital y el marketing sanitario.
	Competencias	CP05 Organizar las unidades y servicios de enfermería para la gestión del conocimiento, utilizando la tecnología disponible.
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> Aplicar los principios de marketing al campo de la salud. Gestionar eficientemente los recursos en entornos sanitarios digitalizados y con nuevas tecnologías aplicadas a la salud individual y colectiva. Utilizar los nuevos espacios de salud digital. 		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas síncronas	10
Seminarios síncronos	2
Clases prácticas síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos / Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120