



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

**GUÍA DOCENTE**

**Sistemas de Gestión en la Empresa Digital  
(CRM-ERP)**

**TÍTULO UNIVERSITARIO SUPERIOR EN  
MARKETING Y NEGOCIOS DIGITALES**

**CURSO ACADÉMICO 2023-2024**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>DATOS DEL PROFESORADO</b> .....	3
<b>REQUISITOS PREVIOS</b> .....	3
<b>COMPETENCIAS</b> .....	4
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> .....	5
<b>CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA</b> .....	6
<b>METODOLOGÍA</b> .....	6
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b> .....	6
<b>EVALUACIÓN</b> .....	7
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	9

## RESUMEN

<b>Centro</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas		
<b>Titulación</b>	Título Universitario Superior en Marketing y Negocios Digitales		
<b>Asignatura</b>	Sistemas de Gestión en la Empresa Digital	<b>Código</b>	F1C1P04009
<b>Carácter</b>	Obligatoria		
<b>Curso</b>	3º		
<b>Semestre</b>	1º		
<b>Créditos ECTS</b>	3		
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano		
<b>Curso académico</b>	2023-2024		

## DATOS DEL PROFESORADO

<b>Responsable de Asignatura</b>	
<b>Correo electrónico</b>	
<b>Teléfono</b>	828.019.019
<b>Tutorías</b>	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

## COMPETENCIAS

---

### Básicas

#### CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar 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.

#### CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean 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.

#### CB3

Que los estudiantes tengan 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.

#### CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

#### CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Generales

#### CG1

Identificar y transmitir ideas, por procedimientos formales e informales, con evidencias concretas que respalden sus conclusiones en el ámbito económico y empresarial.

#### CG2

Aplicar los conocimientos en administración y dirección de empresas para la resolución de problemas en entornos nuevos, completos o de carácter multidisciplinar dentro de la empresa.

**CG3**

Desarrollar la capacidad de organizar y planificar actividades adecuadas a los objetos marcados dentro de la empresa.

**CG4**

Aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, para la gestión de personas en las empresas.

**CG5**

Recopilar diferentes fuentes de información económico-empresarial que permita analizar las situaciones desde todas las áreas para gestionar dichas situaciones y tomar decisiones.

**Específicas**

**CE1**

Conocer las principales métricas de los negocios digitales

**CE2**

Adquirir capacidades de análisis y toma de decisiones en base a dato

**CE3**

Desarrollar a capacidad de la generación de nuevos modelos de negocio

**CE4**

Identificar y gestionar las distintas partes del funnel de los negocios digitales

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

---

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Identificar las necesidades de Sistemas de Gestión en la empresa
- Auditar y planificar procesos de implantación
- Extraer información de los SIE
- Tomar mejores decisiones empresariales

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

- Introducción a CRM y ERP
  - Conceptos básicos
  - Ventajas y desventajas
- CRM
  - Módulos de CRM
  - Implementación y personalización de CRM
- ERP
  - Módulos de ERP
  - Implementación y personalización de ERP
- Integración de CRM y ERP
  - Interconexión de sistemas
  - Tendencias y tecnologías emergentes

## METODOLOGÍA

---

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo basado en foros de discusión
- Aprendizaje on-line.
- Aprendizaje basado en la realización de actividades prácticas.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

Lección magistral	18 horas
Tutorías	5 horas
Trabajo autónomo	25 horas
Trabajo cooperativo	10 horas
Actividades prácticas	34 horas

## EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

	<b>% CALIFICACIÓN FINAL</b>
Examen final	20%
Prueba Parcial CRM	20%
Prueba Parcial ERP	20%
Participación foros	20%
Asistencia	20%

### Sistemas de evaluación

Se aplicará el sistema de evaluación continua por asignatura donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante mediante los procedimientos de evaluación indicados.

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

### Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación máxima de 20 puntos. Para obtener la nota media final se obtendrá la media ponderada de todas las calificaciones obtenidas y haciendo uso de los pesos indicados en el apartado de sistemas de evaluación de este documento. Será necesario superar el examen para superar la asignatura.

La asistencia perfecta será puntuada con la máxima puntuación de 20 puntos. Entre el 80% y el 100% se asignarán puntos proporcionalmente. Por ejemplo, 16 puntos para el 80% y así sucesivamente hasta llegar a no obtener puntos si la asistencia es menor del 60%.

Las pruebas parciales tanto de CRM como de ERP también puntúan como máximo 20 puntos cada una independientemente. La evaluación será a través de prueba escrita a desarrollar durante el curso.

Durante el curso habrá tres foros en los que podrán participar los alumnos. La participación también tiene una puntuación máxima de 20 puntos donde los dos primeros tienen una puntuación de 7 puntos cada uno independientemente y el tercero de 6 puntos. El primero consistirá en CRM vs ERP, el segundo sobre los retos en la implementación y por último en casos de éxito y fracaso. Se tendrá en cuenta, no sólo la participación sino la calidad de las contribuciones.

El examen final también tendrá una puntuación máxima de 20 puntos y estará basado en los conocimientos de todo lo visto en el curso. Será tipo test e individualmente resuelto.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria (detallar cómo será a convocatoria extraordinaria).

El examen de convocatoria extraordinaria consistirá en una prueba teórica y/o casos de estudio que se deberán resolver el día del examen.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de las convocatorias asociadas a la presente guía docente.

*Los estudiantes que participan en programas de movilidad y que cuenten con alguna de las asignaturas de su acuerdo académico como no superadas en destino, o estuvieran calificadas como no presentadas, podrán presentarse en la convocatoria extraordinaria optando al 100% de la calificación siguiendo los criterios de calificación de la guía docente. Tal y como recoge la Normativa de Permanencia, el estudiante tendrá derecho a máximo de dos convocatorias por curso académico.*



## BIBLIOGRAFÍA

---

- **Básica:**
  - Reinaras Lara, Pedro. **Los cien errores del CRM. Mitos, mentiras y verdades del marketing de relaciones.** EDITORIAL ESIC; N.º 3 edición (1 diciembre 2017). ISBN 978-8417024369
  - De La Rosa, Fernando. **DATA: Cómo los datos te ayudarán en tu vida y en tu empresa, y transformarán la sociedad.** EDITORIAL (Autoedición). ISBN 978-8409363803
  - Langford-Wood, Naomi. **Aprender las claves de CRM en una semana.** EDITORIAL Gestión 2000. ISBN 978-8496426214
- **Recursos web:**
  - El CRM como estrategia de negocio: desarrollo de un modelo de éxito y análisis empírico en el sector hotelero español: [link](#)
  - CRM: qué es y cómo funciona: [link](#)