



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Elementos de Visualización digital de la
Empresa (CMS Y APP)

**Título Universitario Superior en Marketing y
Negocios Digitales**
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico | 2024-2025 |

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Título Universitario Superior en Marketing y Negocios Digitales
Asignatura	Elementos de Visualización Digital de la Empresa (CMS y APP)
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	4º
Semestre	2
Créditos ECTS	3
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Anecto Falcón Santana
Correo Electrónico	anecto.falcon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias:

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Entender y comprender el significado de un negocio digital y su aplicación.
- Entender y comprender el impacto de la transformación digital y las tecnologías en los negocios actuales.
- Identificar las características de los diferentes tipos de negocios digitales así como poder seleccionar la que mejor aplica en cada situación.
- Tener una visión integral de los negocios digitales, analizando las nuevas formas en que las empresas compiten, sus desafíos y oportunidades.
- Entender el cambio disruptivo vivido hasta el momento y los factores que lo han propiciado así como conocer las tendencias hacia donde vamos.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Módulo 1. Ecosistema Digital y sus consecuencias

- Presentación de la asignatura
- Introducción al Ecosistema Digital
- Efecto de la Transformación Digital en los negocios y el marketing
- Introducción: Negocios Tradicionales vs. Negocios Digitales

Módulo 2. Mercado y Entorno

- Análisis del Entorno Digital
- Análisis del Mercado Digital
- Innovación y Emprendimiento
- Nuevos actores y denominaciones

Módulo 3. Modelos de negocio y tipos de estrategia

- Propuesta de Valor
- Monetización
- Tipos de modelos de negocio (SAAS, Suscripción, Freemium, Peer-to-peer...)
- Tipos de estrategia (B2B, B2C, C2C...)
- Herramientas para definir tu modelo de negocio digital

Módulo 4. Lo que viene...y lo que ya está aquí.

- Tendencias
- Tecnologías (AI, IoT, Blockchain...)

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Tema 1.

Semanas 1-2.

Tema 2.

Semanas 3-4.

Tema 3.

Semanas 5-6.

Tema 4.

Semanas 7.

Tema 5.

Semanas 14-16.

- Los exámenes se realizarán preferiblemente el último día de clases.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

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

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Lección magistral	18 horas
Actividades prácticas	5 horas
Tutorías	2 horas
Trabajo autónomo	5 horas

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% exceptuando el trabajo autónomo del alumno.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	35%
Asistencia y participación activa	15%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

- 0 – 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 – 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 – 8,9 Notable (NT)
- 9,0 – 10 Sobresaliente (SB)

La mención de “matrícula de honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.

Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 35% de la nota final.

Participación activa: 15%

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final. |

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- La Gran Oportunidad - Mosiri Cabezas
- Campeones de la transformación Digital. 10 líderes españoles - LorenzoRamírez Navarro
- Lo que viene: Como Uber, Airbnb y las nuevas empresas de Silicon Valley, están cambiando el mundo - Brad Stone
- Aprender en las organizaciones de la era digital. Alternativas desde la formación y para la transformación. - Jesús Martínez Marín y José Luis Muñoz Moreno
Digital Transformation Playbook. Rethink Your Business for the Digital Age -David L. Rogers
- Crisis digital: Por qué las empresas fracasan en su transformación digital y cómo evitarlo - Luis Monge Malo

Complementaria |