

<p><b>DENOMINACIÓN DE LA MATERIA</b></p> <p><b>MARKETING Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL</b></p>	<p><b>Créditos ECTS</b></p> <p><b>5 ECTS OPT.</b></p> <hr/> <p><b>Modalidad</b></p> <p><b>Online</b></p>
<p><b>Competencias que el estudiante adquiere con dicha materia</b></p> <p><b>COMPETENCIAS BÁSICAS (Real Decreto 1393/2007):</b></p> <p><b>CB6.-</b> Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.</p> <p><b>CB7. -</b> Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.</p> <p><b>CB8. –</b> Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.</p> <p><b>CB9. -</b> Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.</p> <p><b>CB10 –</b> Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.</p> <p><b>COMPETENCIAS GENERALES</b></p> <p><b>CG1 -</b> Adaptabilidad y pensamiento flexible: La aptitud de pensar e idear soluciones y respuestas más allá de lo común y estipulado por norma. Dar respuesta a inesperadas circunstancias del momento y posibles del futuro.</p> <p><b>CG2 -</b> Pensamiento analítico: Capacidad para diferenciar y filtrar la información por importancia, entender cómo maximizar el funcionamiento cognitivo utilizando diferentes herramientas y técnicas. Las organizaciones y trabajadores sólo podrán convertir esa información en una ventaja si son capaces de filtrarlas con eficacia y centrarse en lo que es innovador.</p> <p><b>CG3 -</b> Competencia transcultural (cross-cultural): Habilidad para trabajar en entornos de diferentes culturas. Además del conocimiento de diferentes lenguas, también requiere capacidad para adaptarse a circunstancias cambiantes y nuevos entornos. Esto será muy importante ya que las organizaciones cada vez más ven la diversificación como un eje impulsor hacia la innovación.</p> <p><b>CG4 -</b> Nuevas formas de comunicación (digital): Capacidad de evaluar críticamente y desarrollar contenido que utiliza nuevas formas de comunicación (new media), aprovechando estos medios para una comunicación persuasiva. Se requerirán habilidades más sofisticadas para generar</p>	

presentaciones que capten la atención y sean visualmente estimulantes, alejándose de las diapositivas estáticas.

**CG5** - Inteligencia social: Habilidad para conectar con otras personas de forma directa y estimular reacciones e interacciones constructivas. La inteligencia social es un componente importante de la inteligencia emocional, y está centrada más específicamente en la empatía (entender las emociones de quienes los rodean e interpretar sus palabras, el tono y los gestos) y las relaciones sociales.

**CG6** - Colaboración virtual. Habilidad para trabajar de forma colaborativa, eficaz y productiva, impulsar la participación de otros, y demostrar presencia y proactividad como miembro de un equipo virtual.

**CG7** - Transdisciplinaridad e interdisciplinariedad. Transdisciplinaridad, conocimiento y capacidad de entender conceptos a través de múltiples disciplinas. Se requiere un profundo conocimiento de al menos un campo y tener la capacidad de entender el lenguaje de una amplia gama de disciplinas para hallar soluciones a diferentes dificultades de una investigación.

**CG8** - Creatividad e innovación. Habilidad para dar soluciones y respuestas más allá de lo rutinario o lo que está estipulado por norma generando ideas e impulsando propuestas novedosas.

#### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

**CE2:** Reflexionar de manera crítica sobre la práctica profesional y los proyectos desarrollados en el ámbito de la gestión empresarial cooperativa con objeto de mejorar significativamente dicha práctica e implementar modelos de gestión avanzados desde una perspectiva socioempresarial.

**CE5:** Incorporar ideas, conceptos y herramientas que desafíen los estándares e incorporen la perspectiva de la transformación digital en su más amplio sentido en las organizaciones de economía social con el fin de contribuir a mejores resultados económicos, sociales y medioambientales.

**CE9:** Reflexionar de manera crítica sobre los cambios sociales y retos del mundo contemporáneo, así como del rol y posicionamiento de la economía social en dicho escenario.

**CE11:** Mostrar un conocimiento práctico (saber hacer) en las diversas áreas de gestión que integran las organizaciones de economía social en aras de una gestión avanzada y coherente con la idiosincrasia de la economía social y la empresa cooperativa.

### Resultados de aprendizaje que el estudiante adquiere con esta materia

**CE2:** Concibe innovaciones que aporten valor en un marco de gestión avanzada que tenga en cuenta el enfoque socioempresarial.

**CE5:** Comprende el alcance de la transformación digital en el marco de la empresa e identifica líneas de acción posible.

**CE5:** Identifica aspectos relacionados con el futuro del trabajo digital.

**CE5:** Incorpora al análisis herramientas y prácticas que proceden de la transformación digital que afecta al marketing y la comunicación que llevan a cabo las organizaciones.

**CE9:** Identifica tendencias de ámbito global o local que afectan al sector de actividad de la organización o a la propia organización para convertirlos en oportunidades de comprender las necesidades de los clientes y de todos aquellos grupos de interés vinculados a la actividad de la organización.

**CE11:** Conoce y tiene oportunidad de aplicar en los casos que se plantean herramientas avanzadas de marketing, tanto convencional como digital, coherentes con los principios y valores de la organización y acordes con los objetivos de desarrollo sostenible.

**CE11:** Identifica herramientas que le permiten comprender las necesidades de los clientes y de todos aquellos grupos de interés vinculados a la actividad de la organización.

### Metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe

#### adquirir el estudiante

- MT01 Lección magistral
- MT05 Aprendizaje Basado en Problemas (ABP)
- MT02 Análisis de Casos
- MT04 Retos

### ACTIVIDADES FORMATIVAS (125 horas)

- AC01 Desarrollo, redacción y presentación de trabajos individuales: 25 horas
- AC02 Desarrollo, redacción y presentación de trabajos grupales: 10 horas
- AC03 Lectura de artículos científicos, libros e informes: 20 horas
- AC04 Visionado y análisis de videos: 15 horas
- AC08 Análisis crítico de proyectos reales: 25 horas
- AC17 Estudio de casos: 20 horas
- AC18 Participación en debates: 10 horas

## Sistema de evaluación de la adquisición de competencias

### SISTEMA EVALUACIÓN-PONDERACIÓN

- EV1 Presentación de trabajos que relacionen la teoría con la práctica 50%
- EV9 Posicionamiento crítico con respecto a material escrito o audiovisual propuesto 30%
- EV10 Participación en debates 10%
- EV11 Participación activa en las actividades formativas 10%

### Breve resumen de contenidos

- Principios del marketing: visión general de herramientas y técnicas.
- Coherencia en valores y mensajes: branding.
- Campañas de marketing según tipos de organizaciones y sectores de actividad.
- Marketing digital: inbound marketing y monitorización de clientes.
- Nuevas perspectivas del marketing y la experiencia de cliente.
- Transformación digital: conceptos y alcance. Industria 4.0.
- Ámbitos de trabajo y modelos de negocio en torno a la transformación digital.
- El futuro del trabajo digital y las plataformas.