

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA					
DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA					
TITULACIÓN: LEINN-Grado en Liderazgo Emprendedor e Innovación					
NOMBRE: GESTIÓN DE REDES SOCIALES I					
TIPO	Formación básica		Obligatoria	X	Optativa
CRÉDITOS TOTALES (ECTS): 3 ECTS					
CURSO : 1º			CUATRIMESTRE: 2º		
AREA DE CONOCIMIENTO: Empresa					
MÓDULO: Emprender y el enfoque cliente					
MATERIA: Gestión de redes sociales					
IDIOMA: Inglés					
DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA					
<p>1. OBJETIVO Ganamos confianza en las relaciones y mantenemos una colaboración continua con nuestros clientes a través de la acción. Por medio de la colaboración creamos una relación a largo plazo con el cliente que genera valor mutuo. Las relaciones de largo plazo con el cliente construyen nuestra propia reputación como team coop y la de MTA.</p>					
<p>2. CONOCIMIENTOS PREVIOS No se requieren.</p>					
<p>3. COMPETENCIAS</p> <p>3.1 Competencias específicas</p> <p>a. El/la teampreneur sabe promover la acción emprendedora para satisfacer las necesidades explícitas y tácitas de los clientes.</p> <p>b. El/la teampreneur posee los conocimientos necesarios para crear redes y relaciones con los clientes que sean duraderas en el tiempo. Entiende la importancia de crear segmentos de clientes y sabe mantener y desarrollar las relaciones con ellos.</p> <p>c. El/la teampreneur sabe conducir las relaciones con los clientes tanto en la teoría como en la práctica. Sabe ofrecer nuevas soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes. Entiende el efecto que tiene el entorno operacional del cliente en las relaciones con sus clientes.</p>					
<p>4. METODOLOGÍA:</p> <p>La metodología que emplearemos para abordar el curso se basa en las siguientes herramientas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sesiones de equipo en el aula desarrollando teoría y conceptos asociados a las materias y a los proyectos individuales y de equipo - Realización de proyectos internos de la team company - Realización de proyectos con empresas reales - Lectura de libros y redacción de informes individuales - Asunción de posiciones de liderazgo en equipo y en proyectos - Seminarios, charlas y sesiones monográficas de ponentes - Tutoría grupal o individual y evaluación 					

5. TEMARIO

- LA BUSQUEDA DE NECESIDADES EN EL MERCADO
- ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES
- ESTRATEGIA DE LA EMPRESA
- DESARROLLO DE PRODUCTOS EN BASE A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

6. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- Creating A Company for Customers: How to Build and Lead a Market Driven Organization, Malcolm McDonald, Martin Christopher, Simon Knox, and Adrian Payne (2001)
- Total relationship marketing, Gummesson (2002)
- Get Rich with Twitter, Prince

* Los teampreneurs cuentan con la lista de libros (The art of Reading 2016/2017) de Mondragon Team Academy

7. EVALUACIÓN

Las actividades formativas que se desarrollarán a lo largo de las materias se evaluarán atendiendo a las competencias con indicadores específicos asignados que permitirán:

- Evaluar y acreditar el cumplimiento de los objetivos mínimos en cada asignatura a nivel de equipo. Esta valoración corresponderá como máximo al 70% de la nota final individual del alumno.
- Evaluar el desempeño específico del alumno en asignatura específica gracias a un proceso de evaluación 360º que se lleva a cabo semestralmente. Esta evaluación incorpora el input del resto de compañeros de la empresa (team company), sus clientes, profesores docentes y el tutor de la empresa (team company). Esta valoración corresponderá como mínimo a un 30% de la nota final individual.

Del mismo modo se han definido los siguientes indicadores específicos que cada alumno de cada empresa (team company) ha de cumplir para superar la asignatura a final del curso:

1. Nuestra team coop tiene por lo menos 3 clientes con los cuales ha probado Después de finalizar un proyecto con los clientes cerramos el proceso adecuadamente. Dependiendo del caso: mandamos un post-motorola, les enviamos una oferta, planificamos una colaboración continua...
2. Proyectos experimentales (una experiencia nueva tanto para el cliente como para nosotros, algo que no sabes qué resultado va a tener). Estos clientes también han visitado nuestro LAB de Mondragon Team Academy.
3. Nuestra team coop ha identificado 3 clientes que han manifestado interés en volver a colaborar con nosotros.
4. Se ha celebrado una sesión de diálogo donde se ha trabajado en torno a algunos de los siguientes libros o de temas similares: “Many-to-many marketing” de Gummesson o “Get Rich with Twitter” de Prince.