

AÑO ACADEMICO
2022/23

Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales

RUCT
4314184

Guía docente

Materia

4. Entorno Digital

Datos de la materia

TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6	1º	0%	Español

Contenidos de la
Materia

1. Cómo es el nuevo contexto de negocios desde la aparición de Internet, en especial el mercado de la información y sus cambios tras la pandemia del Covid-19.
2. Los modelos de negocios posibles a la hora de idear un emprendimiento digital: Tradicional digitalizado, código abierto, P2P, Freemium, Gratuito, Suscripción, Patrocinios y Afiliados. Nuevas tipologías de empresa.
3. Sectores de mercado en los que es posible generar un valor social digital: Marketplaces, entretenimientos y eventos, información y conocimiento y servicios profesionales.
4. Cómo y por qué han cambiado las características de los consumidores por el desarrollo de Internet. Cómo impacta esto en los modelos de negocios y en el marketing tradicional.
5. Herramientas para la investigación online como focus group, entrevistas, social media listening y otros mecanismos para investigar productos o servicios, competencia y demanda.
6. El estado actual de los medios digitales tradicionales y cómo están innovando en las estrategias de monetización y negocio, basados en el desarrollo de nuevos soportes y formatos.

Resultados de
Aprendizaje de la
Materia

- A. Comprender el escenario en el que nuevas campañas e ideas de negocios pueden tener o no éxito, basados en una comprensión profunda de qué cambios genera el desarrollo de un ecosistema digital.
- B. Poder discernir, combinar y elegir entre diversos modelos de negocio a la hora de lanzar o repensar un producto/servicio digital; y saber seleccionar el tipo de empresa posible.
- C. Estudiar, dirigir y comprender los diferentes mercados target en los que una campaña o producto digital va dirigido, sabiendo que cada uno ofrece mercados diferenciados y con características novedosas.
- D. Saber segmentar a los usuarios de acuerdo a los nuevos parámetros propios del universo digital, a fin de generar propuestas de valor acordes en gustos, hábitos, soportes y formatos y tiempos de consumo.
- E. Evaluar las opciones disponibles en el mercado para investigar productos y servicios antes de su lanzamiento o bien para el mejoramiento de los existentes.
- F. Comprender y saber ejecutar acciones con o desde medios digitales tradicionales, basados en nuevos esquemas de publicidad, pago de usuarios, patrocinios o generación de comunidades.

Competencias	Básicas	Generales CG1 - CG10 - CG11 - CG2 - CG3 - CG4 - CG5 - CG6 - C	Transversales	Específicas CE1-CE2-CE3-CE4-CE5- CE6-CE10	
Actividades Formativas de la Materia	<p style="text-align: center;">1.</p> Actividades Teóricas Cada unidad contiene: <ol style="list-style-type: none"> 1. Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos. 2. Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos. 3. Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos. 4. Test de auto evaluación de 40 preguntas. 	<p style="text-align: center;">2.</p> Actividades Prácticas Cada unidad contiene: <ol style="list-style-type: none"> 1. Audiovisual descriptivo de los casos prácticos. 2. Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver. 3. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver. 4. Solucionario del Caso práctico 1 5. Solucionario del Caso práctico 2 	<p style="text-align: center;">3.</p> Actividades Colaborativas La materia comporta: Una propuesta de trabajo en grupo, alternativo al individual, a realizar a través del aplicativo específico. O alternativamente, Una propuesta de simulación en grupo, alternativa a la individual, a realizar a través del aplicativo específico.	<p style="text-align: center;">4.</p> Actividades Individuales La materia comporta: Una propuesta de trabajo individual, alternativo al grupal, a realizar a través de un aplicativo específico. O alternativamente, Una propuesta de simulación individual, alternativa a la grupal, a realizar a través del aplicativo específico.	<p style="text-align: center;">5.</p> Actividades Participativas La materia comporta: Una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres items y a realizar a través del Foro de debate on-line.
Sistemas de Evaluación de la Materia	<p style="text-align: center;">1.</p> Prueba online: Test de 40 preguntas Valor ponderado: 30% del total	<p style="text-align: center;">2.</p> Prueba online: 2 Casos prácticos Valor ponderado: 30% del total	<p style="text-align: center;">3.</p> Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total	<p style="text-align: center;">4.</p> Informe de Valoración: 10 Items Valor ponderado: 30% del total	<p style="text-align: center;">5.</p> Informe de Valoración: 10 Items . Valor ponderado: 10% del total
Profesor/a	Dr. Edgardo Javier Spivak				