

**Módulo 1: Dirección Empresarial****Denominación de la MATERIA:****M1.2 Entorno Global de Negocio****Créditos ECTS**

3 ECTS (75 horas)

**Duración, modalidad y ubicación temporal dentro del plan de estudios:**

Los contenidos que componen esta materia se imparten a lo largo del primer cuatrimestre.  
Modalidad presencial.

**Competencias específicas:**

CE3 Entendimiento y comprensión de las claves de la nueva economía, identificando y analizando con visión crítica las oportunidades de negocio en los mercados globales y en los nuevos sectores derivados de la economía digital.

CE4 Reconocimiento y examinación de los nuevos modelos de negocio digitales.

CE5 Diseño de una idea de negocio, desde la conceptualización de la idea hasta el desarrollo del modelo de negocio.

CE6 Evaluación de las características particulares de la comercialización de servicios frente a la de productos tangibles.

**Resultados de aprendizaje:**

RA3 Es capaz de entender y comprender las claves de la nueva economía, identificando y analizando con visión crítica las oportunidades de negocio en los mercados globales y en los nuevos sectores derivados de la economía digital.

RA4 Es capaz de reconocer y examinar los nuevos modelos de negocio digitales.

RA5 Es capaz de diseñar una idea de negocio, desde la conceptualización de la idea hasta el desarrollo del modelo de negocio.

RA6 Es capaz de evaluar las características particulares de la comercialización de servicios frente a la de productos tangibles.

**Requisitos previos:**

No se han establecido requisitos previos.

**Breve resumen de los contenidos:**

- Impacto de la digitalización en diferentes sectores de la economía.
- Análisis y diseño de un modelo de negocio digital.
- Estrategias para la orientación al mercado de las organizaciones.
- Estrategias de Marketing Digital.
- Características de la comercialización de servicios a través de medios digitales.

**Actividades formativas:**

- Elaboración de trabajos y/o realización de pruebas individuales y/o grupales: 3 ECTS.

**Sistema de evaluación:**

Todas las materias se evalúan mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los profesores como a los estudiantes, del proceso



de aprendizaje a lo largo del periodo académico:

- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 40% de la nota final.
- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, problemas, etc.) correspondiendo como mínimo a un 60% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los profesores responsables y de los condicionantes de cada curso.

#### **Bibliografía:**

- Ávila Cantos, C. (2019). Estrategias y marketing de contenidos. Anaya Multimedia
- Ayala, D, Gorostiza, I. (2019). Visibilidad online: inmortaliza tu marca. Anaya.
- Barainca, A. (2022). Google Analytics 4: mide y vencerás. Anaya
- Checa, E., Piedrafito, J.M., Rodrigo, C. (2017). SEO y SEM: estrategias para posicionadores en buscadores. The Valley Digital Business School
- Cibrian Barredo, I. (2018). Marketing digital: mide, analiza y mejora. ESIC
- Florido, M. (2019). Curso de marketing digital Anaya.
- Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0: transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. LID.
- Maciá Domene, F. (2018). Estrategias de marketing digital. Anaya Multimedia
- Markuleta, M., Errandonea, I. (2020). Marketing online: estrategia y táctica en la era digital. ESIC.
- Martrat, F., Martrat J. (2018). Menos likes, más leads: transformación digital en ventas. Pearson.
- Redondo, S. (2020). SEO para dummies. Dummies
- Romero, J., Romero Nieva, E., Romero Nieva, M. (2018). Vender en plataformas digitales. ESIC Editorial.
- Sainz de Vicuña Ancin, J.M. (2018). El plan de marketing digital en la práctica. ESIC.
- Sicilia, M. (2021). Marketing en redes sociales. ESIC
- Solis, A. (2016). SEO: las claves esenciales. Anaya Multimedia.
- Valle de la Villa, E. (2016). Google AdWords: trucos y estrategias para el éxito. Altaria.
- Villaverde, S., Monfort, A., Merino, M.J. (2020). Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales: una visión integradora. ESIC
- Zumeta, G. (2021). Empresas o juglares: crea contenido para alcanzar a tu audiencia (casi) gratis. ESIC