



SPAIN BUSINESS SCHOOL

Guía Docente
Fundamentos de entornos digitales
Primera Convocatoria 2023/2024

Datos generales de la asignatura

Programa:	MMD+ Máster en Marketing Digital
Asignatura:	Fundamentos de entornos digitales
Medida:	4.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria

Temario

1.TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

A. PRINCIPIOS TECNOLÓGICOS

- a. El entorno tecnológico
- b. Las arquitecturas
- c. Infraestructuras
- d. El software
- e. Casos de uso

B. IOT E INNOVACIÓN

- a. Introducción a IOT
- b. Arquitecturas y tipos
- c. Buildings blocks
- d. Desafíos de seguridad
- e. Desafíos de privacidad
- f. Desafíos legales
- g. Desafíos UX
- h. Desafíos en las apps
- i. El Cross Tech

2.FUNDAMENTOS LEGALES EN INTERNET

- a.Los activos digitales. Propiedad intelectual e industrial
- b.Privacidad. La protección de datos
- c.Otros aspectos legales de interés en Internet



SPAIN BUSINESS SCHOOL

d.Derechos aplicados.

3.MARKETING

Introducción

Concepto del marketing

Entorno del marketing

Segmentación

Comportamiento de consumidor

El producto

El precio

La distribución

La comunicación: publicidad y promoción

4.EL CONSUMIDOR DIGITAL

El Consumidor Digital

El Consumidor Digital en la era 4.0

Equipo docente

Mencia de Garcillán López-Rúa

Jose Luis Blanco Cedrún

Luis Miguel Larriba Flores

Resultados de aprendizaje

Competencia básica

Competencias generales

aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de las técnicas adquiridas en el proceso de formación. (Competencias Instrumentales)

comprender las implicaciones internacionales de la gestión empresarial. (Competencias Interpersonales)

Conocimientos

analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.

organizar, planificar y administrar una empresa u organización de tamaño pequeño y mediano, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.

medir y comprender la responsabilidad social que se deriva de las actuaciones económicas y empresariales

Destrezas

organizar, diseñar e implantar las estrategias de marketing. (Plano Subjetivo)



SPAIN BUSINESS SCHOOL

diferenciar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del marketing. (Plano Subjetivo)

Actividades formativas		
Análisis de casos		
Aprendizaje basado en problemas o proyectos		
Clases magistrales tras trabajos prácticos		
Ejercicios		
Estudio de casos		
Presentaciones en grupo		
Role playing		
Trabajo en grupo		

Actividades de evaluación
Estudios de caso
Examen escrito
Examen tipo test
Observación directa del desempeño
Prácticas externas
Resolución de problemas