

BASIC DETAILS:

Subject:	NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING Y LA ECONOMÍA DIGITAL/NEW TECHNOLOGIES APPLIED TO MARKETIN		
Id.:	32755		
Programme:	GRADUADO EN MARKETING (CA). PLAN 2016 (BOE 12/12/2016)		
Module:	DIRECCIÓN DE MARKETING		
Subject type:	OPTATIVA		
Year:	4	Teaching period:	
Credits:	4,5	Total hours:	112,5
Classroom activities:	0	Individual study:	0
Main teaching language:		Secondary teaching language:	
Lecturer:		Email:	

PRESENTATION:

Revisión de las principales tecnologías emergentes y su aplicación en el ámbito del marketing. Coolhunting tecnológico: sistematización de proceso de detección de tecnologías emergentes. Innovación tecnológica. Proceso de evaluación, adaptación e integración de las nuevas tecnologías en el ámbito del marketing.

PROFESSIONAL COMPETENCES ACQUIRED IN THE SUBJECT:

General programme competences	G01	Capacidad de análisis y síntesis de informaciones obtenidas en diversas fuentes.
	G02	Capacidad de organización y planificación del trabajo en el contexto de la mejora continua, de un entorno cambiante y bajo el prisma de la "flexiguridad".
	G03	Capacidad para trabajar en equipo en el ámbito profesional del marketing.
	G05	Capacidad de comunicación oral y escrita en contextos académicos y profesionales de la empresa y el marketing, en lengua inglesa.
	G06	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos adaptándolos a las exigencias de cada situación, en el ámbito de la empresa y el marketing.
	G07	Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas, incluida la información digital, evaluando procedencia, derechos de autor y tipología de licencia de uso.
	G09	Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito del marketing y la empresa.
	G11	Capacidad de detección, evaluación y explotación de las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información y la tecnología aplicada al marketing.
	G13	Capacidad de liderazgo en red: Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo, distribuidos en red, en entornos digitales, multidisciplinares y globales.
Specific programme competences	E05	Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los clientes tanto externos como internos.
	E07	Capacidad para llevar a cabo la planificación de marketing digital.
	E11	Capacidad para integrarse en el área funcional de marketing de una empresa u organización.
	E12	Capacidad para identificar y relacionar la interacción entre los diferentes actores de la economía digital.
	E13	Capacidad para llevar a cabo planteamientos de marketing operativo.
Learning outcomes	R01	Sistematizar la detección de tecnologías emergentes para su aplicación en el ámbito del marketing
	R02	Evaluar el impacto de estas nuevas tecnologías en la función de marketing
	R03	Comprender el proceso de innovación en la adopción de estas nuevas tecnologías

SUBJECT PROGRAMME:

Subject contents:

BIBLIOGRAPHY AND DOCUMENTATION:

Recommended bibliography:

Basic bibliography:

Recommended websites:

* Guía Docente sujeta a modificaciones