

<b>Destinatario:</b>	Servicio de Ordenación Académica	
<b>Denominación del Módulo (o Materia/Asignatura)</b>	<b>Carácter</b>	
Transformación digital y customer experience	<input checked="" type="checkbox"/> Obligatorio <input type="checkbox"/> Optativo	
<b>Responsable del Módulo (o Materia/Asignatura) (nombre, filiación y datos de contacto profesional)</b>		
Prof <sup>a</sup> Luna Santos. Área de Organización de Empresas. Universidad de Córdoba. <span style="background-color: black; color: black;">XXXXXXXXXX</span>		
<b>Duración y fecha inicial y final de realización</b>	15/5/23 – 4/6/23	
<b>Requisitos previos (en su caso)</b>		
Ninguno		
<b>Modalidad de enseñanza</b>		
<input type="checkbox"/> Presencial	<input type="checkbox"/> Semipresencial	<input checked="" type="checkbox"/> Virtual
<b>Objetivos, competencias y resultado del aprendizaje</b>		
<p><b>OBJETIVOS</b></p> <p>Explicar los distintos factores clave en los fundamentos de metodologías ágiles</p> <p>Emplear habilidades mejoradas en estrategias digitales</p> <p>Interpretar las posibilidades ofrecidas en campañas de marketing digital</p> <p>Identificar las características, estructura y funcionamiento del concepto de Customer Experience</p> <p>Analizar los distintos ámbitos de aplicación de los planes estratégicos para Customer Experience</p> <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <p>Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar avanzando en un estudio más autodirigido y autónomo.</p> <p>Integrar los conceptos, razones y herramientas de marketing en un plan de marketing adecuado al ecosistema empresarial.</p> <p>Comprender la estrategia digital aplicada a start ups.</p> <p>Claves para emprender con éxito en entornos digitales y oportunidades de negocio.</p> <p><b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b></p> <p>Aprender a diferenciar la utilidad de las herramientas propias de los planes estratégicos digitales, así como sus potencialidades para proyectos futuros. Adquirir una visión analítica que permita la</p>		

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

detección de oportunidades en el sector. el SEO del SEM, entendiendo cómo sacar provecho a cada uno. Desarrollar las capacidades técnicas necesarias para gestionar la estrategia a implantar

**Contenidos y bibliografía**

- Transformación
  - Terminología y tendencias de cómo vender haciendo marketing hoy día.
  - La importancia de la marca personal y cómo trabajarla online. Una parada en linkedin para marca y venta.
  - Marketing como empresa. Estrategia, conceptos y emprendimiento.
  - Herramientas que facilitan el día a día para transformar la empresa.
  - Metodologías ágiles. Claves y herramientas.
  
- Customer Centric – Customer Experience
  - Conceptos y tendencias como punto de partida.
  - Marketing behaviors
  - Plan estratégico para CX (customer experience).
    - Buyer persona
    - Mapa de actores
    - Customer journey map
    - Mapa de empatía

**Número de créditos ECTS**

- Créditos teóricos: 4
- Créditos prácticos: 1
- Distribución de horas de trabajo del estudiante:
  - Nº total de horas: 125
  - Clases Teóricas: 30                       Clases Prácticas: 15
  - Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
    - Colectivas: 12
    - Individuales: 3
  - Realización de Actividades Académicas Dirigidas:
    - Con presencia del profesor:
    - Sin presencia del profesor: 23
  - Otras actividades (especificar):
    - Intervención en foros: 2
    - Atención de correos y chats
    - Preparación de clases: 17
    - Realización de ejercicios prácticos: 22
    - Exámenes: 1
    - Otros:

**Cronograma de desarrollo docente**

Módulo	Materia/ Asignatura	Profesor	Nº de ECTS presenciales	Nº de ECTS virtuales	Fecha inicio	Fecha final	Horarios
Transformación digital y Customer Experience	Transformación digital y Customer Experience	Sara Rubio (4) Dra. Dña. Luna Santos (1)		5	15/5/23	4/6/23	

**Sistema de evaluación**

La calificación del módulo se realizará otorgando un valor del 50% al test y el otro 50% al trabajo final de clase subido a la plataforma.

**Observaciones**

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).

En Córdoba, a 7 de febrero de 2022.

Prof<sup>a</sup> Dra. Luna Santos  
Fdo.: Luna Santos

Firmado digitalmente por Prof<sup>a</sup> Dra. Luna Santos Fecha: 2022.02.06 11:28:56 +01'00'

Conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de protección de datos de carácter personal (Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril) le informamos que los datos personales que nos ha facilitado pasarán a ser tratados por la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA como responsable del tratamiento, siendo órgano competente en la materia la Dirección del Área de Gestión Académica (Monasterio Santa María de las Cuevas, C/ Américo Vespucio nº2. Isla de La Cartuja. 41092 Sevilla) ante quien Vd. puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación, oposición o portabilidad señalando concretamente la causa de su solicitud y acompañando copia de su documento acreditativo de identidad. La solicitud podrá hacerse mediante escrito en formato papel o por medios electrónicos.

Caso de no obtener contestación o ver desestimada su solicitud puede dirigirse al Delegado de Protección de Datos de la Universidad ([rgpd@unia.es](mailto:rgpd@unia.es); Tfno. 954462299) o en reclamación a la Agencia Española de Protección de Datos a través de los formularios que esa entidad tiene habilitados al efecto y que son accesibles desde su página web: <https://sedeagpd.gob.es>.

Como responsable, la Universidad le informa que exclusivamente tratará los datos personales que Ud. le facilite para dar cumplimiento a los siguientes fines:

a) Gestión académica y administrativa de:

- Participación en procesos de acceso y admisión a las enseñanzas oficiales (Grado, Máster y Doctorado) o de formación Continua de la Universidad Internacional de Andalucía.
- Inscripción y/o matrícula como alumno en cualquiera de las titulaciones oficiales (Grado, Máster y Doctorado), Formación Continua u otras actividades académicas ofrecidas por la Universidad Internacional de Andalucía.
- Participación en convocatorias de becas y ayudas al estudio de la Universidad Internacional de Andalucía, la Admón. General del Estado o la de las Comunidades Autónomas y de otras entidades públicas o privadas.
- Participación en convocatorias de programas de movilidad de carácter nacional o internacional.
- Obtención y expedición de títulos oficiales, títulos propios y otros títulos académicos.

b) Gestión de su participación como estudiante en prácticas y actividades formativas nacionales o internacionales en instituciones, empresas, organismos o en otros centros.

c) Utilización de servicios universitarios como obtención del carné universitario, bibliotecas, actividades deportivas u otros.

La Universidad se encuentra legitimada para tratar estos datos al ser necesarios para la ejecución de la relación jurídica establecida entre Ud. y la Universidad y para que ésta pueda cumplir con sus obligaciones legales establecidas en la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades.

Usted responde de la veracidad de los datos personales que ha proporcionado a la Universidad y de su actualización.

La Universidad comunicará los datos personales que sean indispensables, y nunca en otro caso, a las siguientes categorías de destinatarios:

- A otras Administraciones y organismos públicos para el ejercicio de las competencias que les sean propias y compatibles con las finalidades arriba enunciadas (Así -a modo enunciativo y no limitativo- a Ministerios con competencias en educación y ciencia, a otras administraciones, a otras Universidades o Centros formativos equivalentes para la gestión de traslados, a empresas para la realización de prácticas).
- A entidades bancarias para la gestión de pagos y cobros.
- A organismos públicos o privados en virtud de la celebración de convenios de colaboración o contratos, conforme a lo dispuesto en la legislación vigente en materia de Protección de Datos.
- A los servicios de la propia Universidad que sean adecuados para gestionar la utilización de los servicios universitarios ofertados.

Sus datos de carácter personal se tratarán y conservarán por la Universidad conforme a la legislación vigente en materia de protección de datos, pasando luego a formar parte -previo expurgo- del Archivo Histórico Universitario conforme a lo dispuesto en la legislación sobre Patrimonio Histórico.

La Universidad sólo prevé la transferencia de datos a terceros países en el caso de su participación como alumno en alguno de los programas de formación o becas de carácter internacional. La transferencia se realizará siguiendo las directrices establecidas al respecto por el Reglamento Europeo de Protección de Datos y normativa de desarrollo.

El Servicio de Protección de Datos de la Universidad Internacional de Andalucía cuenta con una página en la que incluye legislación, información y modelos en relación con la Protección de Datos Personales a la que puede acceder desde el siguiente enlace: <https://www.unia.es/protecciondatos>.

<sup>1</sup> Deberá cumplimentarse una Guía por cada módulo (o materia/asignatura, en el caso de que el programa de estudios no esté estructurado en módulos).