

**Análisis de nuevos modelos de negocio, inteligencia competitiva y marco legal /  
Analysis of new business models, competitive intelligence and legal framework.**

<b>Número total de créditos ECTS</b>	6	
<b>Tipología</b>	Obligatoria / Compulsory subject	
<b>Organización temporal</b>	Semestre 1 / Semester 1	
<b>Modalidad</b>	Presencial / Classroom	
<b>Idioma</b>	Castellano e inglés / Spanish and English	
<b>Contenidos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desarrollo de modelos de negocios digitales en los nuevos entornos</li> <li>▪ Estrategia Onmicanalidad vs multicanalidad</li> <li>▪ Inteligencia competitiva aplicada al marketing digital</li> <li>▪ Marco legal en el entorno del marketing competitivo digital</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Development of digital business models in new environments</li> <li>▪ Onchannel vs multichannel strategy</li> <li>▪ Competitive intelligence applied to digital marketing</li> <li>▪ Legal framework in the digital competitive marketing environment"</li> </ul>	
<b>Resultados de aprendizaje TÍTULO</b>	<b>Conocimientos y contenidos</b>	CC01 Reconocer las situaciones de mercado en el ámbito digital que influyen en la toma de decisiones sobre el modelo de negocio de la empresa y su competencia. / Recognise the market situations in the digital sphere that influence decision-making on the company's business model and its competition.
	<b>Habilidades y destrezas</b>	HD02 Aplicar procedimientos y técnicas de marketing alineadas con una cultura de gestión basada en datos. / Apply marketing procedures and techniques with a data-driven management culture. HD04 Incorporar técnicas de analítica de datos a la toma de decisiones empresariales. / Incorporating data analytics techniques into business decision making
	<b>Competencias</b>	CP01 Conceptualizar el plan de negocio digital de una empresa. / Conceptualise a company's digital business plan.
<b>Resultados de aprendizaje ASIGNATURA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrar criterios sociales, económicos y medioambientales en la toma de decisiones empresariales.</li> <li>• Adaptar las decisiones estratégicas y tácticas de la empresa a la realidad basado en la analítica competitiva</li> </ul> <p>-----</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrate social, economic and environmental criteria in business decision-making.</li> <li>• Adapt the company's strategic and tactical decisions to reality based on competitive analytics.</li> </ul>		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
<b>Tutorías / Tutorials</b>	<b>12</b>
<b>Trabajo autónomo / Autonomous work</b>	<b>88</b>
<b>Prueba de evaluación final / Final evaluation test</b>	<b>4</b>
<b>Total</b>	<b>150</b>

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen / Final evaluation test	50	50
Resolución problemas / Problem resolution	10	30
Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>120</b>