



PLAN ESTRATÉGICO DIGITAL

GUÍA DOCENTE MODALIDAD ONLINE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN NEGOCIOS DIGITALES
2025/2026

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Plan estratégico digital

TIPO: Obligatoria

PERIODO DE IMPARTICIÓN: Segundo semestre

NÚMERO DE CRÉDITOS: 6,0 ECTS

IDIOMA EN EL QUE SE IMPARTE: Castellano

CALENDARIOS Y HORARIOS: Ver en la web

II. PROFESORADO

PERSONAL DOCENTE: Adrián Cordero Redondo

CORREO ELECTRÓNICO: academicoonline@cedeu.es

TUTORÍAS: Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a

TIEMPO ESTIMADO DE RESPUESTA AL ALUMO: 48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico

III. PRESENTACIÓN

Esta asignatura debe dotar al alumno de los conocimientos sobre la realización de un plan estratégico digital. El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Desarrollar una estrategia digital que potencien las ventajas competitivas y las preserve en el futuro.
- Formalizar y establecer un Plan Estratégico Digital completo, argumentando ventajas inconvenientes, alternativas y su capacidad de monetización de las inversiones para realizar.
- Ser capaz aplicar un conjunto habilidades y técnicas necesarias para liderar (diseñar, dirigir, planificar, organizar, controlar) la implantación con éxito de proyectos complejos y multidisciplinares, dentro del ámbito de la tecnología digital.
- Identificar las posibles fuentes de financiación para el desarrollo de los proyectos.

Por tanto, el temario de la asignatura se centra en los aspectos nucleares del mundo de la tecnología aplicado a la sociedad de la información y a nuevos modelos de negocio digitales.

IV. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1. Desarrollar las habilidades necesarias para la correcta gestión de las relaciones interpersonales en un entorno multidisciplinar especializado en el mundo digital.

CG2. Resolver problemas en entornos empresariales digitales que favorezca tomar decisiones y/o emitir juicios en situaciones complejas.

CG3. Comprender y evaluar las tendencias en el mercado de la Economía Digital, así como estimar su impacto en el desarrollo social, económico y cultural, e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.

CG4. Analizar, de forma crítica, las tecnologías digitales aplicadas al mundo empresarial.

CG5. Resolver, mediante la aplicación de la innovación y la creatividad, qué diseño o solución tecnología es adecuada para la implementación de mejoras en la empresa, dentro del ámbito digital.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE10. Valorar los elementos necesarios para el diseño y desarrollo de un Plan Estratégico Digital en una empresa, argumentando las ventajas e inconvenientes y alternativas existentes, así como su capacidad de monetización de las inversiones a realizar.

V. ACTIVIDADES FORMATIVAS

TIPO	CONTENIDO	HORAS	PRESENCIALIDAD OBLIGATORIA
AD1. Clase magistral	Actividad formativa para la explicación de conceptos y teorías. Metodología expositiva donde se prioriza la acción del profesor y que se realiza por videoconferencia de manera síncrona o asíncrona.	36	0%
AD2. Actividades de aprendizaje sobre casos prácticos	Actividad formativa que se orienta a la realización de informes, memorias, etc. y/o resolución de problemas bajo la supervisión y asesoramiento del profesor o tutor	12	0%
AD4. Tutorías	Resolución de dudas y orientación sobre actividades formativas o de evaluación por teléfono, por email o por videoconferencia.	12	0%
AD5. Trabajo autónomo	Actividades formativas fuera del aula en la que el estudiante desarrolla su capacidad de aprendizaje autónomo a través de la realización de trabajos, búsquedas de recursos e información, estudio, etc.	88	0%
AD6. Prueba de evaluación	Actividad destinada a la realización de pruebas de evaluación para valorar la adquisición de las competencias en la materia por parte de los estudiantes	2	100%
		150	

VI. METODOLOGÍAS DOCENTES

MD1. CLASE MAGISTRAL: Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada unidad didáctica por medio de explicaciones y presentaciones, junto con indicaciones sobre fuentes de información y bibliografía. Serán sesiones por videoconferencia o video-streaming de forma síncrona o asíncrona.

MD2. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE SOBRE CASOS PRÁCTICOS: Selección y presentación de actividades o situaciones con las que el alumno puede encontrarse en su práctica para analizar diferentes aspectos a partir de la consulta de bibliografía especializada. Se llevará a cabo por videoconferencia o video-streaming de forma síncrona o asíncrona.

MD3. APRENDIZAJE ON-LINE: Metodología donde el estudiante puede organizarse para repasar contenidos teóricos o realizar actividades prácticas según sus necesidades o su tiempo disponible, así como consultar dudas o intercambiar información con los profesores o compañeros.

En cada asignatura se establecerán los horarios de tutorías, tanto individuales como grupales, para la mejor atención de los estudiantes, en las horas previstas para la docencia de cada asignatura.

VII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

NOTA IMPORTANTE:

No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a las actividades de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 2) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.

El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 2 no podrá superar la asignatura en la evaluación ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 2 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1 y 2 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN ORDINARIA				
SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA		PON.	PERIODO
PRUEBA 1:		ACUMULATIVA		
Resolución de actividades prácticas	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	40%	Durante el curso o semestre
PRUEBA 2:		ACUMULATIVA		
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria).	60%	Durante el curso o semestre

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA				
SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA		PON.	PERIODO
PRUEBA 1:		ACUMULATIVA		
Presentación de trabajos académicos	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable	40%	En la convocatoria extraordinaria
PRUEBA 2:		ACUMULATIVA		
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10)	No Reevaluable	60%	En la convocatoria extraordinaria

VIII. TEMARIO

- Tema 1. Innovación y estrategia empresarial.
- Tema 2. Diseño de productos y servicios.
- Tema 3. Diseño del modelo de negocio.
- Tema 4. Emprendimiento y Startups
- Tema 5. Fuentes de Financiación.
- Tema 6. Diseño y formalización del Plan

IX. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- JCibrán, P., Prado C. (2013). *Planificación financiera*. ESIC Editorial, Madrid. Jared Cohen, Eric Schmidt (2012) *The New Digital Age* (First Edition ed.). USA: Google Inc 2012. Albert Hall.
Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Principios de marketing*. Décimo segunda edición. España: Prentice Laudon, K. Y Guercio, C. (2009): *E-commerce: Negocios, Tecnología y Sociedad*, Pearson.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Ambrosio, V. (2000). *Plan de Marketing paso a paso*. Bogotá. Editorial Prentice Hall Barabasi, Laszlo (2014) *Linked* (Second Edition Ed.) USA: Perseus Book Group, Bryce, Michael (2007): *Viral Marketing*, VDM, London, UK.
Damian, Ryan et Jones, Calvin (2011). *Understanding Digital Marketing*, Marketing strategies for engaging the digital generation (Second Edition Ed.) USA: KoganPage 2011.
Godet, Michel (1995). *De la Anticipación a la acción, manual de prospectiva y estrategia (Segunda Edición)*. Barcelona España: -alfaomega Marcombo Bolxareu Editores 1993.
Godin, Seth (2009): *Tribus*, Gestión 2000, Barcelona.
González, Mª Ángeles; Carrero, E. (2006): *Manual de planificación de medios*, ESIC Editorial, Madrid.
MarketingDirecto.com