



Universidad
de Alcalá



cunimad

Centro de Educación Superior

GUÍA DOCENTE

GESTIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING DIGITAL

Grado en Óptica y Optometría
Centro de Educación superior CUNIMAD
Universidad de Alcalá

Curso Académico 2023/24
Curso 4^o/1^{er} Cuatrimestre

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Gestión Empresarial y Marketing Digital
Código:	572036
Titulación en la que se imparte:	Grado en Óptica y Optometría
Departamento y Área de Conocimiento:	Centro de Estudios Superiores CUNIMAD
Carácter:	Optativa
Créditos ECTS:	6
Curso y cuatrimestre:	4º Curso 1er Cuatrimestre
Profesorado:	Prof. Carmelo Baños Morales
Horario de Tutoría:	Martes 15:00 horas
Idioma en el que se imparte:	Castellano

1. PRESENTACIÓN

La universidad, como plataforma para la preparación previa a la inserción en el mundo laboral, debe instruir no solo en competencias técnicas propias de la profesión, también en competencias transversales que ayuden a ser un/a profesional más completo/a en el sector para el que se está formando. La asignatura de “Gestión Empresarial y Marketing Digital”, nace con el objetivo de mejorar la competitividad laboral del alumnado en el sector óptico, dotándole de conocimientos y herramientas que le ayuden en su promoción profesional a través de competencias en liderazgo de equipos, gestión de pymes o dirección de proyectos profesionales.

“Gestión Empresarial y Marketing Digital” se imparte en el octavo cuatrimestre del Grado y está enmarcada dentro del portafolio de asignaturas optativas del cuarto curso, complementando la experiencia adquirida por los/as estudiantes en las Prácticas Externas y facilitando la asimilación de los conocimientos y las destrezas que se han adquirido a lo largo de la Titulación para integrarlos en un contexto profesional real.

Para lograrlo, se ha diseñado un programa docente distribuido en tres bloques temáticos que comienza con un primer bloque dedicado a la Dirección Estratégica, en el que se abordan materias de planificación e implantación de un negocio o un proyecto profesional. En segundo lugar, se plantea un bloque de Marketing y Gestión Comercial de Pacientes, para finalizar con un último bloque temático relacionado con la Gestión Empresarial en el ámbito de la óptica y la optometría.

2. COMPETENCIAS

Competencias básicas

1. Que los/as estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
2. Que los/as estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
3. Que los/as estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
4. Que los/as estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias genéricas

1. Ser capaz de llevar a cabo actividades de planificación y gestión en un servicio o pequeña empresa en el campo de la Óptica y Optometría.
2. Situar la información nueva y la interpretación de la misma en su contexto.
3. Demostrar la comprensión de la estructura general de la optometría y su conexión con otras disciplinas específicas y otras complementarias.

Competencias transversales

1. Adquirir la capacidad de organizar y planificar las tareas aprovechando los recursos y el tiempo de manera óptima.
2. Aplicar las nuevas tecnologías como herramientas didácticas para el intercambio comunicacional en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.
3. Desarrollar habilidades de comunicación, escritas y orales, para realizar atractivas y eficaces presentaciones de información profesional.

Competencias específicas

1. Tomar contacto con la comercialización de los productos, aprovisionamiento, almacenaje, conservación e información.

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido (se pueden especificar los temas si se considera necesario)	Total de clases, créditos u horas
Tema 1: Introducción a la dirección estratégica	• 1 clase, 1 hora
Tema 2: Análisis externo, interno y diagnóstico estratégico	• 2 clase, 2 horas
Tema 3: Determinación mercado objetivo, posicionamiento y marca	• 2 clases, 2 horas
Tema 4: El marketing mix en la óptica	• 2 clases, 2 horas
Tema 5: Gestión comercial del paciente	• 2 clases, 2 horas
Tema 6: Marketing Digital	• 1 clase, 1 hora
Tema 7: Empresa, sociedad y óptica	• 2 clases, 2 horas
Tema 8: Contabilidad y dirección financiera	• 1 clase, 1 hora
Tema 9: Dirección de equipos	• 2 clases, 2 horas
Total	• 15 horas

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (especificar en horas)

Número de horas presenciales	Sesiones presenciales virtuales: 15 horas Tutorías: 5 horas Realización de examen final: 2 horas Total: 22 horas
------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Número de horas del trabajo propio del estudiante:</p>	<p>Recursos didácticos audiovisuales: 6 horas Estudio personal del material básico: 50 horas Lectura del material complementario 25 horas Trabajos, casos prácticos y test de autoevaluación: 19 horas Trabajo colaborativo: 17 horas Tutorías: 11 horas Total: 128 horas</p>
<p>Total horas</p>	<p>150 horas</p>

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

<p>En las actividades presenciales</p>	<p>Grupo grande (T): clases expositivas y discusión virtuales síncronas con el alumnado. Se expondrán los contenidos de los temas, se explicarán los conceptos más importantes y se resolverán cuestiones que ayuden a la comprensión de los conceptos. Para favorecer la participación de los/as alumnos/as y la interacción con el/la profesor/a se podrán utilizar dinámicas participativas como chat y/o audio. El/la profesor/a dispone de una pizarra electrónica que los/as alumnos/as visualizan en tiempo real.</p> <p>También se permite al alumnado acceder a las grabaciones de las sesiones presenciales virtuales de las asignaturas, de manera que puede ver la clase en diferido.</p> <p>Materiales y recursos a utilizar para el desarrollo de cada actividad: material docente audiovisual preparado por el/la profesor/a (vídeos y presentaciones PowerPoint), de laboratorio (material específico para cada práctica y guiones de prácticas), materiales en red (Plataforma Canvas, Webs recomendadas para simulación y prácticas).</p>
<p>En las actividades no presenciales</p>	<p>Estudio autónomo. Análisis y asimilación de los contenidos de la materia, resolución de problemas, consulta bibliográfica, lecturas recomendadas, uso de aplicaciones virtuales de simulación, preparación de trabajos individuales y/o grupales y pruebas de autoevaluación. Utilización del chat y de los foros accesibles a través del campus virtual para favorecer el contacto del alumnado con el profesorado de la asignatura</p>

fuera del aula, así como facilitar su acceso a información seleccionada y de utilidad para su trabajo no presencial.

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación¹

En cada curso académico el/la estudiante tendrá derecho a disponer de dos convocatorias, una ordinaria y otra extraordinaria. La convocatoria ordinaria estará basada en la evaluación continua, salvo en aquellos casos contemplados en la normativa de evaluación de la UAH en los que el/la alumno/a podrá acogerse a un procedimiento de evaluación final.

Para acogerse a este procedimiento de evaluación final, el/la estudiante tendrá que solicitarlo por escrito a la Dirección Académica de la Titulación en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura. La solicitud será resuelta por la Dirección Académica, tras valorar la documentación aportada, y podrá ser aceptada o no.

En el caso de aquellos/as estudiantes que por razones justificadas no tengan formalizada su matrícula en la fecha de inicio del curso o del periodo de impartición de la asignatura, el plazo indicado comenzará a computar desde su incorporación a la titulación

Criterios de evaluación

- Participación activa en las clases y actividades propuestas.
- Conocimiento y comprensión de conceptos, fundamentos y metodologías.
- Aplicación e integración de los contenidos a situaciones y problemas concretos.
- Resolución comprensiva de ejercicios y cuestiones.
- Sentido crítico y argumentación coherente en las ideas.
- Estudio y planificación de las sesiones prácticas, previo a su realización.

El aprendizaje de cada alumno/a se valorará mediante datos objetivos procedentes de:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Actividades de Evaluación Continua	40%	40%
Participación del estudiante (sesiones, foros)	5%	10%
Trabajos, proyectos y/o casos	20%	30%

Test de autoevaluación	5%	10%
Pruebas Finales de Evaluación	60%	60%
Examen final de contenidos teóricos presencial	40%	40%
Prueba final de evaluación de talleres/seminarios prácticos/estudio de casos.	20%	20%

- 1. Actividades de evaluación continua (40%): para aprobar la asignatura es necesario aprobar la parte de evaluación continua** (actividades y trabajos, foros puntuables, test autoevaluativos), obteniendo una calificación mínima de 5.

Si el/la estudiante no participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje realizando y entregando todas las actividades obligatorias (trabajos, proyectos y/o casos) propuestas por el docente se considerará suspenso en la convocatoria ordinaria.

Es muy importante entregar todas las tareas dentro del plazo límite de cada una de ellas. Si una tarea no se entrega en plazo o está suspensa pero la media de la evaluación continua es mayor o igual a 5, esta parte se considera aprobada.

- 2. Pruebas finales de evaluación presenciales (60%).** Se realizará una prueba presencial, dividida en dos partes:
 - a) Parte teórica (40%)** que consistirá en preguntas de distinta tipología, tipo test y/o preguntas cortas y/o preguntas de desarrollo de contenido teórico de la asignatura.
 - b) Parte práctica (20%)** en la cual, los/as alumnos/as tendrán que resolver problemas, casos clínicos o prácticos que permitan valorar la adquisición por parte del alumnado de las competencias recogidas en la guía docente.

Para aprobar la asignatura es necesario aprobar cada una de las partes de la prueba presencial con una calificación de 5 puntos.

Evaluación final:

Se realizará una prueba presencial, que constará de las siguientes partes:

- 1. Parte teórica** que consistirá en:

- Un examen de preguntas de distinta tipología, tipo test y/o, preguntas cortas y/o preguntas de desarrollo, de contenido teórico de la asignatura y

que valdrá un 40% de la nota final

- Un examen de preguntas cortas y/o a desarrollar y/o preguntas tipo test de todas las actividades propuestas en evaluación continua de la asignatura y que supone un 40% de la nota final.

Para aprobar la asignatura es necesario aprobar cada parte con una nota de 5.

2. **Parte práctica (20%)** en la cual, los/as alumnos/as tendrán que resolver problemas, casos clínicos o prácticos que permitan valorar la adquisición por parte del alumnado de las competencias prácticas recogidas en la guía docente.

Para aprobar la prueba de evaluación final es necesario superar todas las partes con nota igual o superior a 5.

2.-CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En el caso de que el/la estudiante, no realice la evaluación en convocatoria ordinaria, o no adquiera alguna de las competencias descritas en esta guía, se realizará una prueba presencial que seguirá los mismos criterios de evaluación que la modalidad seguida en la convocatoria ordinaria (continua o final).

En el caso de que el/la estudiante en evaluación continua de la convocatoria ordinaria del presente curso haya superado la parte correspondiente a las actividades obligatorias, se considera que el/la estudiante ha adquirido esas competencias, por lo que no es necesario que realice un examen correspondiente a esa parte.

6. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Sánchez I, Baños C. Comunicación Profesional en Optometría. Madrid: Fragua Editorial; 2021.
- Kotler P, Keller K. Dirección de marketing. México: Pearson Educación; 2016.
- Martín M. Marketing digital. Madrid: García-Maroto D.L.; 2016.
- Guerras LA, Navas JE. La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones. Madrid: Citivas Thomson-Reuters.; 2015.
- Palomo MT. Liderazgo y motivación de equipos de trabajo. Madrid: ESIC; 2013.

- Cámara D, Santibañez J. Gestión práctica de Pymes. Madrid: Garceta Grupo Editorial. 2010
- Carrasco JR. Gestión práctica de establecimientos ópticos. Madrid: Garceta Grupo Editorial. 2012.
- Visión y Vida, FEDAO. Libro blanco de la visión en España. Madrid: ICM. 2013.
- Castro R. Preparados para un mundo global. Málaga: Seller; 2016

7. OBSERVACIONES

Durante el desarrollo de las pruebas de evaluación han de seguirse las pautas marcadas en el Reglamento por el que se establecen las Normas de Convivencia de la Universidad de Alcalá, así como las posibles implicaciones de las irregularidades cometidas durante dichas pruebas, incluyendo las consecuencias por cometer fraude académico según el Reglamento de Régimen Disciplinario del Estudiantado de la Universidad de Alcalá.