

# Seminarios

---

## Objetivos

- Conocer de la mano de profesionales de primer nivel aspectos específicos de un ámbito vinculado a la gestión de Marketing Digital y Redes Sociales.
- Hacer valoraciones de casos de estrategias digitales puestas en práctica por empresas de referencia en diferentes sectores económicos.
- Entender el papel de las actuales tecnologías disruptivas en la configuración de los espacios digitales.

## Contenidos

En la asignatura Seminarios se van a tratar mediante conferencias-seminarios de dos horas de duración diferentes temáticas de actualidad que generen análisis y discusión, siempre en el contexto de modelos productivos en los que la digitalización y el marketing sea un componente esencial; entre otras:

- Economía de datos y economía real: *Cloud Computing, IoT, Big Data, Advanced Analytics*.
- La aplicación de *Blockchain* en los procesos de transformación digital de la empresa.
- Marketing Digital y el nuevo *Retail*.
- Organización *Agile*.
- Ciberseguridad.
- Planificación digital en tiempos de Covid-19.
- Aplicación de nuevas tecnologías para crear nuevos modelos de negocio.
- Emprendimiento y estrategia digital inteligente.
- Inteligencia artificial.
- Computación cuántica.
- 5G.
- Robótica.
- *Supply Chain 4.0*.
- Empleo digital.