

# Ecosistema Digital

---

## Objetivos

- Conocer los principales conceptos sobre los que se fundamenta la disciplina del Marketing Digital.
- Analizar los agentes involucrados en un Ecosistema Digital y sus interrelaciones.
- Comprender el interés de utilizar diferentes herramientas de Marketing Digital.

## Contenidos

La asignatura de Ecosistema Digital introducirá al estudiante en los principales conceptos sobre los que se fundamenta la disciplina del Marketing Digital. Como punto de partida, se centrará en los antecedentes en los que se asienta el Ecosistema Digital, haciendo hincapié en los hitos más relevantes para llegar a la creación de Internet. En este sentido, se profundizará en el papel de los diferentes actores en el nuevo entorno, pasando de considerar un Marketing 1.0 a una versión actualizada 3.0.

Tras valorar la importancia del Ecosistema Digital en base a sus cifras se realizará una descripción de éste, destacando las ventajas e inconvenientes de su correcta utilización desde el punto de vista de una empresa, con el objetivo de interactuar con sus *stakeholders* de manera omnicanal.

Partiendo de la visión del ciclo completo de Marketing Digital, se evaluarán las diferentes herramientas recomendadas para cada una de sus fases. Herramientas de atracción, conversión, fidelización y prescripción. Este análisis servirá al alumno como primera toma de contacto con las mismas, favoreciendo su comprensión la discusión de otra serie de conceptos claves que se verán a lo largo del resto de asignaturas.

Dentro de un entorno cambiante, se hace preciso analizar las tendencias que puedan modificar los comportamientos de compra, así como su adaptación en las empresas. De este modo, se analizarán algunas ya detectadas, como la integración de lo online en el medio físico (*Phygital*), aplicaciones procedentes del Neuromarketing, IoT (*Internet of Things*), AI (*Artificial Intelligence*), 3D, etc.