Universidad de Navarra

Estrategia Digital (MGEPB)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción:

- **Titulación**: Máster Universitario en Gestión de Empresas Pharma-Biotech
- **Módulo/Materia**: Gestión Empresarial/ Dirección comercial y Estratégica/ Estrategia digital
- **ECTS**: 2
- **Curso, semestre**: 2025-26
- **Carácter**: obligatorio
- **Profesorado**: Dra. Pilar Trucios (mtrucios@external.unav.es)
- **Idioma**: castellano con algunos casos en inglés
- **Aula, Horario**: Aula 05. El horario está a disposición de los alumnos en Google calendar.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (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.

Competencias generales

CG1. Desarrollar capacidad de liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito de la empresa farmacéutica.

CG2. Trabajar formando parte de equipos multidisciplinares y colaborar con otros profesionales del área.

CG4. Visualizar y saber distinguir las mejores opciones de expansión de la Empresa así como las oportunidades de negocio.

Competencias específicas

CE2. Conocer las estrategias comerciales, de marketing y prestación de servicios y aplicarlas al ámbito de la industria farmacéutica y afines.

CE3. Conocer la gestión de los procesos de puesta en el mercado y lanzamiento de productos del sector farmacéutico.

CE4. Conocer las herramientas para el análisis, toma de decisiones y resolución de problemas que les permitan dirigir departamentos organizativos y comerciales del sector farmacéutico.

CE5. Analizar e identificar situaciones y nuevas oportunidades de negocio dentro del sector para realizar planes de acción.

CE7. Diseñar y evaluar estrategias empresariales competitivas en el sector farmacéutico y afines mediante herramientas avanzadas.

PROGRAMA

Sesión 1. La digitalización: Estrategia, modelos de negocio y tendencias.

Sesión 2. La estrategia digital pasa por la innovación en la empresa. Caso Bayer's Innovation agenda: Igniting innovation in a 100.000 person company (LBS).

Sesión 3. Tecnología I: Tecnologías que están cambiando el mundo y la empresa. Aplicación en la industria farmacéutica.

Sesión 4. Tecnología II: Herramientas y analítica para la venta y el marketing en la industria farmacéutica. Ciberseguridad y protección de datos.

Sesión 5. La transformación digital de las operaciones comerciales. Caso Ferrer: IA y Transformación digital en el sector farmacéutico (IESE).

Sesión 6. Estrategia de Márketing digital y RRSS en la empresa farmacéutica.

Sesión 7. La gestión e integración de datos de los pacientes para la toma de decisiones. Caso Philips Healthcare: Mercadeando la plataforma Digital Healthsuite (Havard School of Public Health).

Sesión 8 y 9. Taller de digitalización en el mundo farmacéutico. Proyectos con IA.

Sesión 10. EXAMEN

ACTIVIDADES FORMATIVAS

La metodología didáctica de esta asignatura emplea clases expositivas (Conferencias/coloquio, apoyadas con los correspondientes medios audiovisuales), sesiones de debate con el método del caso y un taller de desarrollo de proyectos de ideación y márketing digital por parte de los alumnos.

Metodología didáctica

Conferencias. El profesor propone interactuar durante las clases teóricas y conferencias. Los estudiantes deben venir preparados a las sesiones habiendo leído las lecturas recomendadas y habiendo preparado los ejercicios que se les pedirán para las sesiones de taller. Atender a las clases y participar en ellas son requerimientos esenciales para conseguir la efectividad necesaria durante las sesiones.

Trabajo en equipo. Los alumnos deberán preparar los casos individualmente y discutirlos en grupo antes de las sesiones, contestando a las preguntas que se plantean.

Presentación oral y escrita. Los estudiantes presentarán por grupos el proyecto de digitalización que realizarán en el taller. Además, deberán entregar un trabajo escrito que resuma todo lo trabajado en el taller.

Aprendizaje colaborativo y participación en clase. Los estudiantes trabajarán en grupos con guía del profesor. Los trabajos serán específicos sobre digitalización, marketing digital e Inteligencia Artificial y deberán exponerse en clase ante el resto de alumnos.

Lectura y estudio individual. Cada estudiante necesita organizar su tiempo fuera de clase para poder realizar toda la lectura previa a las clases. El alumno tiene lecturas y vídeos adicionales en el apartado de Bibliografía y Recursos.

Tutoriales. Los estudiantes podrán reunirse con el profesor fuera de la clase cuando sea necesario para resolver dudas. Las citas se concertarán por mail con el profesor.

Actividades formativas (2 ECTS x 25 = 50 h)

- Clases presenciales teóricas: 16 h
- Tutorías: 1 h
- Trabajo no presencial del alumno: 28 h
- Trabajo dirigido: 4 h
- Evaluación: 1 h

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación está basada en un examen final, la participación en clase y la presentación de un trabajo en grupo.

Actividades a evaluar

Examen final (40%)

Participación en clase (20%)

Presentación en grupo de un trabajo (40%)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

El alumno que no haya superado una asignatura en convocatoria ordinaria tendrá derecho a examen en convocatoria extraordinaria. Salvo que el profesor establezca un criterio de evaluación específico que tenga en cuenta la actuación realizada por el alumno a lo largo de la asignatura, la calificación en convocatoria extraordinaria se obtendrá de la siguiente manera: la nota obtenida en convocatoria ordinaria representará el 30% de la nota, mientras que el 70% restante será la calificación resultante de la prueba de convocatoria extraordinaria.

ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIALES

Los estudiantes con necesidades educativas especiales deberán ponerse previamente en contacto con la Coordinación de Estudios de la facultad para obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones (por ejemplo, disponer de más tiempo en los exámenes). Dicha autorización deberá ser enviada por el alumno al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre.

ATENCIÓN

Se recuerda que cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

En casos justificados de tener que realizar exámenes fuera de las fechas oficiales, el tipo y estructura del examen pueden variar.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Pilar Trucios

Concertar cita previamente por mail

mtrucios@external.unav.es

La atencion se prestará presencial, por teléfono o Teams según necesidad.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada y notas técnicas:

La transformación digital es algo continuo y cualquier bibliografía se queda obsoleta en muy poco tiempo, por eso se detallan algunas referencias de medios de comunicación, consultoras, plataformas para hacer cursos, asociaciones, estudios anuales, eventos de referencia, donde encontrar información sobre digitalización y tecnología, también en el ámbito farmacéutico.

Podéis localizar los enlaces en los contenidos de ADI.