

Curso Académico: (2018 / 2019)

Fecha de revisión: 26-04-2018

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: MARTINEZ ROS, ESTER

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 6.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 1

OBJETIVOS

1. Comprender el concepto fundamental de lo que significa un negocio digital y su aplicación.
 2. Comprender el cambio de paradigma que genera el impacto tecnológico en los negocios actuales.
 3. Brindar los conocimientos y herramientas necesarios para planificar, implementar y gestionar campañas digitales.
 4. Conocer y saber interpretar los deseos del consumidor en los distintos medios digitales.
 5. Generar una visión integral de los negocios digitales, analizando las nuevas formas en que las empresas compiten, sus desafíos y oportunidades.
 6. Implementar la cultura de la medición como práctica indispensable para la toma de decisión.
 7. Identificar los distintos agentes que la nueva forma de negocios digitales necesita entender razonamientos críticos, empleando para ello terminología precisa y recursos especializados sobre los fenómenos empresariales en la era digital, utilizando para ello los conceptos y metodologías de análisis apropiados.
- CG4. Conocer los principales instrumentos para el análisis de la situación competitiva de la empresa en el entorno de los procesos de transformación digital.
- CT1. Ser capaz de trabajar en equipos de carácter multidisciplinar y/e internacional así como de organizar y planificar el trabajo tomando las decisiones correctas basadas en la información disponible, reuniendo e interpretando datos relevantes para emitir juicios y pensamiento crítico dentro del área de estudio.
- CT3. Ser capaz de evaluar la fiabilidad y calidad de la información y sus fuentes utilizando dicha información de manera ética, evitando el plagio, y de acuerdo con las convenciones académicas y profesionales del área de estudio.
- CT4. Adquirir conocimientos básicos humanísticos que permitan completar el perfil formativo transversal del estudiante.
- CE14. Conocer los principios del desarrollo del software, su producción e implantación en las distintas áreas organizativas de las empresas
- CE15. Conocer los principales productos tecnológicos y tendencias de la tecnología asociadas al mundo de la gestión y del negocio, y saber diseñar su implantación y la innovación en las organizaciones
- RA1. Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el campo de la administración de empresas y la tecnología digital con una profundidad que llegue hasta la vanguardia del conocimiento
- RA2. Poder, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por ellos mismos, aplicar sus conocimientos, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos característicos de la cuarta era, haciendo uso de ideas creativas e innovadoras, capaces de crear nuevas oportunidades de negocio.
- RA4. Ser capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como profesional dentro del campo de la gestión del negocio digital.
- RA6. Ser capaces de identificar sus propias necesidades formativas para estar siempre a la vanguardia de la gestión en la era digital, organizando su propio aprendizaje con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos (estructurados o no).

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA**PARTE I. INTRODUCCION**

1. Conceptos claves
2. Análisis de situación del e-commerce
3. Gestión de las infraestructuras de los negocios digitales
4. E-environment

PARTE II. EESTRATEGIA Y APLICACIONES

5. Strategia
6. Gestión de la cadena de suminsitro
7. E-procurement
8. Marketing digital

PARTE III. IMPLEMENTACIÓN

9. Gestión del Cambio
10. Análisis y Diseño
11. Servicios de Implementación de Negocios Digitales

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

AF1. CLASES TEÓRICO-PRÁCTICAS. En ellas se presentarán los conocimientos que deben adquirir los alumnos. Estos recibirán las notas de clase y tendrán textos básicos de referencia para facilitar el seguimiento de las clases y el desarrollo del trabajo posterior. Se resolverán ejercicios, prácticas problemas por parte del alumno y se realizarán talleres y pruebas de evaluación para adquirir las capacidades necesarias.

AF2. TUTORÍAS. Asistencia individualizada (tutorías individuales) o en grupo (tutorías colectivas) a los estudiantes por parte del profesor.

AF3. TRABAJO INDIVIDUAL O EN GRUPO DEL ESTUDIANTE.

MD1. CLASE TEORÍA. Exposiciones en clase del profesor con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporcionan los materiales y la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

MD2. PRÁCTICAS. Resolución de casos prácticos, problemas, etc. planteados por el profesor de manera individual o en grupo.

MD3. TUTORÍAS. Asistencia individualizada (tutorías individuales) o en grupo (tutorías colectivas) a los estudiantes por parte del profesor. Para asignaturas de 6 créditos se dedicarán 4 horas con un 100% de presencialidad.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

EXAMEN FINAL. En el que se valorarán de forma global los conocimientos, destrezas y capacidades adquiridas a lo largo del curso. Representa un 55%

EVALUACIÓN CONTÍNUA. En ella se valorarán los trabajos, presentaciones, actuación en debates, exposiciones en clase, ejercicios, prácticas y trabajo en los talleres a lo largo del curso. Representa un 45%

Peso porcentual del Examen Final:	55
--	----

Peso porcentual del resto de la evaluación:	45
--	----

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Efraim Turban, Linda Volonino Information Technology Management, John Wiley & Sons Inc, 2011
- Dave Chaffey Digital Business and E-Commerce Management, Pearson Education, 2015
- Eloise Coupey Digital Business: Concepts and Strategies, Routledge. 2nd. Edition, 2016