# uc3m Universidad Carlos III de Madrid

## **Negocios Digitales**

Curso Académico: (2018 / 2019) Fecha de revisión: 26/04/2018 17:55:41

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).

#### 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 v 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

Peso porcentual del Examen/Prueba Final: 55
Peso porcentual del resto de la evaluación: 45

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%

## **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