Negocios Digitales

Curso Académico: (2022 / 2023) **Fecha de revisión: 19-04-2022**

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

Coordinador/a: ESTEBAN BRAVO, MERCEDES

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

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Sección I: Conceptos Claves para los Negocios Digitales

1. Introducción a la economía digital y conceptos claves.
2. Un modelo para los Negocios Digitales.
3. Análisis del Entorno Digital.
4. Análisis del Mercado Digital.

Sección II. Aplicación del Modelo

5. Estrategia en los Negocios Digitales.
6. Efecto de internet en los negocios.
7. Efecto de internet en el comportamiento del consumidor.
8. Gestión de infraestructuras en los negocios digitales.
9. Digital Marketing: canales y comunicación.
10. Desarrollo de Negocios Digitales Inteligentes.
11. Extensiones

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

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 para adquirir las capacidades necesarias.
TUTORÍAS. Asistencia individualizada (tutorías individuales) o en grupo (tutorías colectivas) a los estudiantes por parte del profesor.
TRABAJO INDIVIDUAL O EN GRUPO DEL ESTUDIANTE.

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 40%. Es necesario obtener un mínimo de 4 para poder hacer media con la evaluación contínua.

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 60%:
- Presentacion y resolución de casos individual cada semana: 15%
- Proyecto digital (en grupo)al finalizar el curso, es decir en las dos últimas semanas del cuatrimestre: 30%
- Un examen parcial en la semana 8: 15%.

Peso porcentual del Examen Final:	40
Peso porcentual del resto de la evaluación:	60

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Allen, Jonathan P. Digital Entrepreneurship, Routledge, 2019
- Chaffey, Dave. Digital Business and E-Commerce Management, Pearson, 2015
- Coupey, Eloise. Digital Business: Concepts and strategies, Routledge, 2016