

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 05-09-2023

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

SE1. EXAMEN FINAL. En el que se valorarán de forma global los conocimientos, destrezas y capacidades adquiridas a lo largo del curso.

SE2. 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, siguiendo el criterio:

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

Para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria, es necesario obtener un mínimo de 4 puntos (de un total de 10 posibles) en el examen final.

Los alumnos que suspenden la asignatura en la evaluación ordinaria tienen derecho a un examen de recuperación en junio. Este examen se realiza en el campus. La calificación se basa en la normativa general de la universidad:

1. Si el alumno no siguió la evaluación continua: la nota final será la obtenida en el examen extraordinario.
2. Si el alumno siguió la evaluación continua: la calificación de la convocatoria extraordinaria será análoga a la de la convocatoria ordinaria. No obstante, tendrá derecho a ser calificado únicamente con la nota obtenida en el examen de recuperación si esta opción le es más favorable.

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
- Gupta, Sunil Driving Digital Strategy A Guide to Reimagining Your Business , HARVARD BUSINESS REVIEW PRESS, 2020
- Wirtz, Bernd W. Digital Business and Electronic Commerce Strategy, Business Models and Technology, Springer, 2021