

viu  
.es



# Guía didáctica

## La economía digital (Digital business)

Título: Máster en Administración y Dirección de Empresas MBA

Módulo: Especialización

Créditos: 3 ECTS

Código: 11MMBA

Curso: 2018-2019

**Denominación:** La economía digital (Digital Business)

**Descripción:**

El mundo entero ha experimentado una revolución en las telecomunicaciones durante las últimas décadas. La dramática reducción del coste de las comunicaciones digitales, junto con el aumento de la potencia informática, ha hecho posible la difusión de Internet como red mundial. Hoy en día, Internet alberga toneladas de negocios digitales.

Esta asignatura dotará al alumno de conocimientos, experiencias y práctica en el nuevo entorno digital, y a usarlos como ventaja competitiva en el mundo de los negocios.

**Carácter:** Optativa

**Créditos ECTS:** 3

**Contextualización:**

El programa de esta asignatura pretende revisar los aspectos más relevantes relacionados con la economía digital y los negocios digitales. Lejos de ser exhaustivo, este curso persigue "tocar" muchos elementos que los gerentes de un negocio digital deben tomar en consideración.

**Modalidad:** Online

**Equipo docente:**

Profesor Javier López Gimeno

Correo electrónico: [javier.lopezg@campusviu.es](mailto:javier.lopezg@campusviu.es)

**Temario:**

- Introducción a Digital Business (Negocios Digitales)
- Modelos de Negocios Digitales y de Ingresos
- Gestión de Proyectos e Infraestructuras de Negocios Digitales
- Regulación de la economía digital
- Comprensión del comportamiento del consumidor online

**Competencias:**

CG1. Adquirir conocimientos avanzados en gestión empresarial que permita demostrar, en un contexto altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el ámbito económico y financiero.

CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos y sus capacidades de resolución de problemas en el ámbito de la empresa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar relacionados con distintos tipos de organizaciones (empresas, ONGs, administraciones públicas, etc.)

CG3. Diagnosticar problemas reales potencialmente complejos integrando conocimientos de distintas materias e integrar, cuando sea pertinente, la responsabilidad social corporativa y la ética en sus planteamientos.

CG4. Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información relacionada con la empresa y su entorno, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto, aplicándola a situaciones complejas y teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos de la organización.

CG6. Desarrollar la creatividad, la capacidad de iniciativa, la autonomía personal y profesional y la cultura emprendedora en proyectos y colaboraciones en el ámbito empresarial.

CG7. Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en el ámbito empresarial.

CE2. Saber utilizar herramientas informáticas para el E-Business y el comercio electrónico.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de describir:

RA-1 Comprender las transformaciones de la sociedad y de los consumidores por la transición a una economía digital .

RA-2 Identificar y describir los cambios en los modelos de negocio y los nuevos modelos existentes.

RA-3 Explicar la importancia de las operaciones, la tecnología y el marco legal en el que opera el proyecto en internet.

RA-4 Revisar los conceptos aprendidos en el ámbito de la estrategia empresarial y corporativa a la realidad de la economía digital.

RA-5 Investigar con respecto a los modelos de negocio en la red.

### Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Exposiciones del profesor en clases teórico-expositivas	15	0
Resolución de ejercicios de ensayo y práctica de los conocimientos previamente adquiridos.	10	0
Resolución de problemas y análisis de casos.	10	0
Tutorías y seguimiento	15	0
Realización de trabajos grupales o individuales	20	0
Estudio personal a partir de material recopilado y de las actividades realizadas dentro del aula, para conseguir un aprendizaje autónomo y significativo.	80	0

### Metodologías docentes:

- Clases teóricas impartidas sincrónicamente como lecciones magistrales o exposiciones, en las que además de presentar el contenido de la asignatura, se explican los conceptos fundamentales y se desarrolla el contenido teórico.
- Clases prácticas consistentes en actividades síncronas y asíncronas a través de las cuales se pretende mostrar al alumnado cómo debe actuar a partir de la aplicación de los conocimientos adquiridos. Realización de diferentes pruebas para la verificación de la adquisición tanto de conocimientos teóricos como prácticos y la adquisición de competencias.
- Dinámicas de simulación y role playing, consistentes en recreaciones síncronas y asíncronas de situaciones reales en las que el alumno puede desempeñar distintos roles relacionados con la actividad profesional para la que se forma.

- Seminarios o talleres, consistente en una modalidad organizativa de los procesos de enseñanza y aprendizaje donde tratar en profundidad una temática relacionada con la materia. Se puede trabajar de forma síncrona y asíncrona.
- Tutorías periódicas entre el profesorado y el alumnado para la resolución de dudas, orientación, supervisión, seguimiento del trabajo, etc. Hay tutorías síncronas y asíncronas.
- Trabajo Autónomo tanto individual como grupal para la lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático de los temas, reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información, investigación e indagación, así como trabajo colaborativo basado en principios constructivistas.

### **Sistema de Evaluación:**

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación continua	60.0	60.0
Evaluación final	40.0	40.0

### **Bibliografía:**

- Chaffey, D. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Harlow, UK: Pearson Education.
- Dyson, E. (1998). Release 2.1: A Design for Living in the Digital Age. London: Penguin.
- Estes, A. C. (2015, 10 3). Why America's Internet Is So Shitty and Slow. Retrieved Feb 1, 2016, from Gizmodo: <http://gizmodo.com/why-americas-internet-is-so-shitty-and-slow-1686173744>
- Google. (2016). Google Analytics. Retrieved from <http://www.google.com/analytics>
- Internet Content Syndication Council. (2008). Content Creation and Distribution in an Expanding Internet Universe: A White Paper. Internet Content Syndication Council.
- Internet Live Stats. (2016). Internet Live Stats. Retrieved Retrieved Feb 1, 2016, from <http://www.internetlivestats.com/>
- L-Soft. (2016). Opt-In Laws in North America and Europe. Retrieved Apr 1, 2016, from L-Soft: <http://www.lsoft.com/resources/optinlaws.asp>
- Mell, P., & Grance, T. (2011). The NIST Definition of Cloud Computing. Gaithersburg, MD, USA: National Institute of Standards and Technology.
- Netcraft. (2016, 2). February 2016 Web Server Survey. Retrieved Feb 15, 2016, from <http://news.netcraft.com/archives/2016/02/22/february-2016-web-server-survey.html>
- Ofcom. (2011). Ofcom's approach to net neutrality. London: Ofcom Publications.
- Phoenix SPI. (2013). Survey of Canadians on Privacy-Related Issues. Ottawa, ON: Phoenix SPI.
- StatCounter. (2016). GlobalStats. Retrieved Mar 1, 2016, from StatCounter: <http://gs.statcounter.com/>