

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M244 - Negocio Electrónico (E-Business)

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2021-2022

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información			Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS EMPRESAS Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN				
Código y denominación	M244 - Negocio Electrónico (E-Business)				
Créditos ECTS	4	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	FRANCISCO JAVIER LENA ACEBO				
E-mail	franciscojavier.lena@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E208)				
Otros profesores	PABLO MARIA DE CASTRO GARCIA				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer las posibilidades y riesgos que ofrece a la empresa el comercio electrónico.
 Capacitar al estudiante para distinguir los distintos tipos de modelos de negocio, conociendo sus características, beneficios y limitaciones.
 Estudiar y analizar con juicio crítico los modelos de negocio que se están desarrollando en Internet.
 Proporcionar al estudiante los conocimientos y competencias para analizar la realidad, sintetizar ideas y extraer conclusiones, acerca de los nuevos modelos de negocio emergentes y paradigmas que se están desarrollando actualmente en Internet.

4. OBJETIVOS

1. Conocer las posibilidades y riesgos que ofrece a la empresa el comercio electrónico.
2. Capacitar al estudiante para distinguir los distintos tipos de modelos de negocio, conociendo sus características, beneficios y limitaciones
3. Estudiar y analizar con juicio crítico los modelos de negocio que se están desarrollando en Internet.
4. Analizar el papel de la empresa en la nueva economía, dotando al estudiante de los conocimientos que le permitan valorar las ventajas que ofrecen los mercados electrónicos a las empresas, la gestión electrónica de la cadena de suministro (e-Procurement) y su evolución hacia la gestión integrada de la cadena de valor.
5. Proporcionar al estudiante los conocimientos y competencias para analizar la realidad, sintetizar ideas y extraer conclusiones, acerca de los nuevos modelos de negocio emergentes y paradigmas que se están desarrollando actualmente en Internet.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	Comercio Electrónico
2	Evaluación Modelos de Negocio -eBusiness-
3	Empresa y nueva Economía

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Trabajos / tareas	Trabajo	No	Sí	50,00
Prueba de evaluación de contenidos	Otros	No	Sí	40,00
Participación activa en debates planteados en clase y a través del curso virtual	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Los estudiantes a tiempo parcial tendrán la misma forma de evaluación, pero el trabajo podrán realizarlo individualmente y sin necesidad de presentarlo oralmente en clase.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA
Laudon, K.; Traver, C. (2014). E-commerce 2014: business, technology, society. Ed. Addison Wesley.
Papazoglou, M.P. & P.Ribbers, M. A. (2008). "e-Business: Organizational and Technical Foundations", Ed. Wiley.
E. Turban & otros (2006). Electronic Commerce: A Managerial Perspective. Ed. Pearson Prentice Hall.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.