Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

G925 - Modelos de Negocio y Estrategias Web

Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía
Optativa. Curso 5

Grado en Administración y Dirección de Empresas
Optativa. Curso 3

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS

Título/s	Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Economía			Tipología y Curso	Optativa. Curso 5 Optativa. Curso 3
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	MATERIA SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y ESTRATEGIAS WEB MÓDULO DE FORMACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN				
Código y denominación	G925 - Modelos de Negocio y Estrategias Web				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre		Cuatrimestral (2)	
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	MARIA ELENA GARCIA RUIZ
E-mail	elena.garcia@unican.es
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E208)
Otros profesores	ADOLFO FERNANDEZ FERNANDEZ PABLO MARIA DE CASTRO GARCIA

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

Competencias Genéricas
(Organizar-planificar). Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.
(Utilizar software) Capacidad para utilizar herramientas informáticas. El estudiante deberá conseguir aptitudes de manejo de software necesario como medio para la realización y culminación de las tareas necesarias en cada materia y en la vida laboral cotidiana.
Competencias Específicas
(Asesorar) Capacidad para asesorar en aspectos técnico-organizativos. Competencia referida a la capacidad para ofrecer asesoramiento a directivos de empresas y organizaciones en todo aquello que sea de utilidad para conseguir los logros de la empresa y mejorar su competitividad.
(Emprender) Iniciativa y espíritu emprendedor. Capacidad consistente en poseer el impulso suficiente para plantear iniciativas y poner en marcha proyectos de carácter empresarial.
(Dirigir, gestionar) Dirigir y gestionar una empresa u organización y/o áreas funcionales de la misma. El grado en Dirección de empresas debe poseer las aptitudes y actitudes necesarias para coordinar y dirigir hacia los objetivos planteados en un área de la organización o la organización en su conjunto.

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE
- Adquisición de los conocimientos y habilidades necesarias para analizar, diseñar e implantar una iniciativa empresarial en internet
- Capacidad para utilizar con soltura vocabulario vinculado a las tecnologías de la información y su relación con la gestión de las organizaciones
- Adquisición de conocimientos sobre los distintos patrones de modelos de negocio actuales
- Utilización de herramientas de trabajo colaborativo
- Capacidad para asesorar en aspectos tecnológicos y organizativos

4. OBJETIVOS
Obtener una visión global de la evolución histórica y tendencias de futuro de los modelos de negocio Web Conocer y analizar los distintos modelos de negocio desarrollados en la Web . Identificar y valorar las ventajas e inconvenientes de los diferentes modelos de negocio y sus correspondientes estrategias. Comprender las variables estratégicas y tecnologías implicadas en el desarrollo de modelos de negocio Web . Adquirir los conocimientos y habilidades necesarios para el desarrollo de modelos de negocio basados en la Web .

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES	
ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
- Teoría (TE)	30
- Prácticas en Aula (PA)	
- Prácticas de Laboratorio Experimental(PLE)	
- Prácticas de Laboratorio en Ordenador (PLO)	30
- Prácticas Clínicas (CL)	
Subtotal horas de clase	60
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
- Tutorías (TU)	3,5
- Evaluación (EV)	4
Subtotal actividades de seguimiento	7,5
Total actividades presenciales (A+B)	67,5
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
Trabajo en grupo (TG)	52,5
Trabajo autónomo (TA)	30
Tutorías No Presenciales (TU-NP)	
Evaluación No Presencial (EV-NP)	
Total actividades no presenciales	82,5
HORAS TOTALES	150

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS		TE	PA	PLE	PLO	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	Modelos de negocio	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	2,50	2,00	24,00	15,00	0,00	0,00	8
2	Desarrollo de iniciativas web	15,00	0,00	0,00	15,00	0,00	1,00	2,00	28,50	15,00	0,00	0,00	8
TOTAL DE HORAS		30,00	0,00	0,00	30,00	0,00	3,50	4,00	52,50	30,00	0,00	0,00	

Esta organización tiene carácter orientativo.

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PLE	Horas de prácticas de laboratorio experimental
PLO	Horas de prácticas de laboratorio en ordenador
CL	Horas de prácticas clínicas
TU	Horas de tutoría
EV	Horas de evaluación
TG	Horas de trabajo en grupo
TA	Horas de trabajo autónomo
TU-NP	Tutorías No Presenciales
EV-NP	Evaluación No Presencial

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Bloque IV: IDEA	Trabajo	No	Sí	20,00

Calif. mínima	0,00
Duración	A lo largo del cuatrimestre
Fecha realización	Evaluación continua
Condiciones recuperación	Entrega de trabajo
Observaciones	

Examen	Examen escrito	No	Sí	30,00

Calif. mínima	0,00
Duración	
Fecha realización	Calendario
Condiciones recuperación	Examen
Observaciones	

Bloque I; Herramientas	Trabajo	No	Sí	15,00

Calif. mínima	0,00
Duración	A lo largo del cuatrimestre
Fecha realización	Evaluación continua
Condiciones recuperación	Entrega de trabajo
Observaciones	

Bloque II: Trabajo de campo	Trabajo	No	Sí	15,00

Calif. mínima	0,00
Duración	A lo largo del cuatrimestre
Fecha realización	Evaluación continua
Condiciones recuperación	Entrega de trabajo
Observaciones	

Bloque III: Patrones	Trabajo	No	Sí	20,00

Calif. mínima	0,00
Duración	A lo largo del cuatrimestre
Fecha realización	Evaluación Continua
Condiciones recuperación	Entrega de trabajo
Observaciones	

TOTAL	100,00

Observaciones

Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial

Entrega de trabajos indicados por los profesores
Examen

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

Fleming, P. “Hablemos de marketing interactivo: Reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico”. Ed. ESIC. 2º edición. 2000.
Huidobro, D. y Roldán, J.M.. “La tecnologia e-business”. Editorial Paraninfo 2005.
Laso, Iglesias M., “Internet, comercio colaborativo y mComercio: Nuevos modelos de negocio”, Ed. Multi-Prensa, Madrid 2002
Laudon, K. C., Laudon J. P. (2012): Management information systems : managing the digital firm / Kenneth C. Laudon,. Edición: Global ed., 12th ed. Editorial: Upper Saddle River (New Jersey) : Pearson Education, cop. ISBN: 978-0-273-75453-4
Laudon, K. C., Guercio Traver, C (2012): E-commerce: business, technology, society. 8th ed. Upper Saddle River (New Jersey) Pearson Education, cop. ISBN: 978-0-273-76129-7
Solé, M. L. “Comercio electrónico: un mercado en expansión”, Ed. ESIC Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, Madrid 2000
Turban, E. et al (2011): Business intelligence : a managerial approach. 2nd ed. Boston; Madrid, Prentice Hall, cop. ISBN: 978-0-13-247882-3.
Turban, E. et al (2012): Electronic commerce 2012 : a managerial and social networks perspective. 7th ed. Upper Saddle River (New Jersey) Pearson Education, cop. ISBN: 978-0-273-76134-1

Complementaria

AECE, Asociación Española de Comercio Electrónico, estudios “Comercio Electrónico en España 200X”
Barrio, L. “E-Negocios: las 10 claves para hacer negocios con éxito y vender más en Internet”, Ed., Gestión 2000, D. L., Barcelona. 2000
Fernández, E. “Comercio electrónico”, Ed. McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.U., 2002
Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información de red .es: “Estudio sobre Comercio Electrónico B2C-2007” Online:
http://observatorio.red.es/estudios/consumo/index.html
OCDE, informe: “ Comercio electrónico y desarrollo” 2003. Online:http://www.oecd.org/dataoecd/40/32/2492073.pdf
Murphy, S. “Movile Move in Retailers take lead bursting m_Commerce Industry”. Chain Store Age, 83, 8. ABI/INFORM Global. Pag. 82. 2007

9. SOFTWARE

PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

- ☐ Comprensión escrita
- ☐ Comprensión oral
- ☐ Expresión escrita
- ☐ Expresión oral
- ☐ Asignatura íntegramente desarrollada en inglés

Observaciones