



MBA  
**ESTRATEGIA DE E-  
BUSINESS EN LA  
ECONOMÍA GLOBAL**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**



**Asignatura:** Estrategia de e-Business en la Economía Global

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Español

**Modalidad:** *Presencial / Semipresencial / Distancia*

**Créditos:** 6 ECTS

**Curso:** 2016-17

**Semestre:** Segundo

**Profesor/Equipo docente:** Adolfo Jiménez

## 1. REQUISITOS PREVIOS

No se requieren requisitos previos.

## 2. BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

- El *e-business* y su papel en el proceso de transformación de las empresas.
- Tendencias de los modelos de *e-business*
- Propuestas para añadir valor a la empresa y su entorno, a través del comercio electrónico
- Creación y diseño de la tienda on-line
- Comunicación y fidelización on-line
- Marketing en redes sociales
- Investigación de mercados on-line y analítica web

## 3. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### **Competencias básicas:**

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### Competencias genéricas:

CG2.- El alumno debe ser capaz de entender de forma sistemática la información relevante de la empresa, su contexto y cómo aplicarla a situaciones complejas, teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos.

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.

### Competencias específicas:

CE3.- Capacidad de manejar herramientas de management para el ejercicio eficaz de la labor directiva.

CE24.- Capacidad de establecer mejoras en cualquier organización a partir del estudio de sus procesos operativos.

CE37.- Capacidad para obtener, analizar y evaluar información relevante que le permita desarrollar conocimientos aplicados a las ciencias empresariales, orientados a la creación y dirección de empresas.

### Resultados de aprendizaje

- Comprender el *e-business* y su papel en el proceso de transformación de las empresas.
- Conocer y entender las tendencias de los modelos de *e-business*
- Desarrollar propuestas para añadir valor a la empresa y su entorno, a través del comercio electrónico
- Comprender cómo crear una tienda online y su impacto en resultados
- Manejar la comunicación y fidelización online de clientes
- Comprender la relevancia del Marketing digital y redes sociales
- Comprender los mercados, sus técnicas de investigación y la analítica web

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA

### Actividades formativas

#### **Modalidad presencial.**

#### **AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos 1,4 ECTS (35 horas)**

Explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes.

**AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias 0,4 ECTS (10 horas)**

Explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

**AF3: Tutorías 0,4 ECTS (10 horas)**

Explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

**AF4: Trabajo individual o en grupo del estudiante 3,4 ECTS (85 horas)**

Actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves (individuales y/o en grupo), por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

**AF5: Puesta en común de resultados y procedimientos 0,4 ECTS (10 horas)**

Puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya.

***Modalidad semipresencial y a distancia***

**AF1: Clase magistral y fundamentos teóricos 1,4 ECTS (35 horas)**

Explicación general por parte del profesor responsable y/o sus auxiliares del marco teórico conceptual de cada módulo o materia del Máster, así como también todas aquellas orientaciones conceptuales que deben ser tenidas en cuenta por el estudiante para la consecución de un correcto aprendizaje conforme a lo planificado.

En el Campus Virtual se almacenarán los materiales y lecturas correspondientes.

**AF2: Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias 0,4 ECTS (10 horas)**

Explicación general aplicada al caso en la que el profesor responsable y/o sus auxiliares centran las cuestiones objeto de estudio, discusión, debate o conflicto, orientando la aplicación en la práctica de los conocimientos teóricos con los que el alumno cuenta, bien básicos por su formación previa en el Grado, bien avanzados por su profundización en el postgrado.

### **AF3: Tutorías 0,4 ECTS (10 horas)**

Explicación personalizada o en grupos mucho más reducidos tendente a asegurar la adquisición de conocimientos y competencias concretas, la resolución de dudas teóricas o prácticas, la orientación de los enfoques y el seguimiento de los procedimientos empleados por los estudiantes en la asignatura.

Las tutorías a distancia se podrán realizar a través de los siguientes medios:

- Los foros académicos de cada asignatura, en el Campus Virtual, moderados por el profesor, con participación de todos los alumnos, donde se pueden consultar y poner en común dudas de los alumnos y respuestas por parte del profesor, amén de efectuar discusiones sobre los temas de trabajo en cada asignatura.
- El correo electrónico individual o colectivo entre estudiantes y profesor, para aclaraciones, orientaciones y presentación de trabajos, dudas o sugerencias para el mejor aprendizaje.
- La tutoría telefónica o por teleconferencia, tanto individual como en su caso en grupo, en el horario prefijado para cada módulo.
- La tutoría telepresencial por videoconferencia utilizando herramientas tipo SKYPE o ILLUMINATE, implementadas en la Universidad e integradas en las herramientas informáticas de las que dispone el profesorado, que permiten la visualización directa entre profesor y estudiante, la visualización de documentos y la retransmisión de eventos, conferencias, presentaciones y/o sesiones magistrales con intervención bilateral de estudiantes y profesores o invitados.

Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar además una tutoría presencial con el profesor correspondiente en el Campus de la Universidad Nebrija o en el lugar que se determine para ello.

### **AF4: Trabajo individual o en grupo del estudiante 3,4 ECTS (85 horas)**

Actividad que han de elaborar los alumnos y que han de entregar al término de cada uno de las asignaturas. Los alumnos tendrán que hacer asimismo trabajos breves (individuales y/o en grupo), por indicación del profesor que imparte La asignatura o parte de la misma, basados en casos. Ello implica la adquisición de habilidades y competencias adicionales.

### **AF5: Puesta en común de resultados y procedimientos 0,4 ECTS (10 horas)**

Puesta en común de los avances efectuados por cada estudiante o equipo, bien por grupos de varios equipos, bien con carácter general para todo el grupo de alumnos que constituya.

## **Metodologías docentes:**

### ***Modalidad presencial, semipresencial y a distancia***

Se utilizarán de forma fundamental las siguientes metodologías docentes:

- MD 1 Método del Caso.
- MD 2 Aprendizaje Cooperativo.
- MD 3 Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).
- MD4 Clase magistral.

## 5. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### Modalidad presencial, semipresencial y a distancia.

#### Convocatoria Ordinaria:

Trabajo individual	25%
Trabajos grupales	25%
Prueba final	50%

#### Convocatoria Extraordinaria:

Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

- CELAYA, J. (2011): La empresa en la web 2.0. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- NAFRIA, I. (2007): Web 2.0. El usuario: nuevo rey de internet . Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- RODRÍGUEZ, Ó. (2011): Community manager. Conviértete en experto en Social Media. Madrid: Anaya Multimedia.
- ROJAS, P.; REDONDO, M. (2013): Cómo preparar un plan de social media marketing. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- ALDRICH, DOUGLAS F. Mastering the digital market place. Practical Strategies for Competitiveness in the New Economy. Ed. John Wiley & Son, Inc. 2001.
- LOCKE, C., SEARLS, D. y WEINBERGER, D. "The Cluetrain Manifesto"
- ANDERSON, C. La economía Long Tail. Ed. Urano. 2010
- NAFRIA, I. Web 2.0. El usuario: nuevo rey de internet. Ed. Gestión 2000. 2007
- GODIN, SETH. La vaca púrpura. Diferénciate para transformar tu negocio. Ed. Gestión 2000. 2008
- AMOR, DANIEL: "The E-business (R)evolution". Prentice Hall PTR. 2000
- BRUNER, RICK, HARDEN y otros. Result2. Ganancias en la Web". Prentice Hall. 2001
- DEISE, MARTIN y NOWIKOW, CONRAD: " Guía de e-business para ejecutivos: de la táctica a la estrategia". Ed. Deusto. 2001
- DOMÉNECH, EUDALD y ALMIRÓN, NURIA: "Negocios 3.0". Ed. Vergara business. 2001
- HAMEL, GARY: "Leading the Revolution". Harvard Business Scholl Press. 2000

### Bibliografía complementaria

- ESCOBA R, MODESTO: " El Comercio Electrónico (Perspectiva presente y futura en España)". Retevisión. EOI. 1999
- GÓMEZ VIETES, ALVARO Y VELOSO Y ESPINERA, MANUEL: " Economía digital y comercio electrónico". 2002
- MORATH, PETER: "Success@e-business (Profitable Internet business & Commerce)". McGraw Hill. 2000
- NÚÑEZ Y LUGONES, FERNANDO ALBERTO: "Modelos de negocios en Internet: visión post-crisis". Ed. McGraw Hill 2002
- O'CONNELL, BRIAN: " B2B business to business: las claves para rentabilizar el comercio electrónico business to business". 2001
- PETERS, TOM: "La inevitable revolución de Internet: estamos en el mundo Web". 2002
- RIDDERSTRALLE, JONAS y NORDSTRÖM, KIELL: "Funky business". Prentice Hall, Expansión. 2000
- SHAPIRO, CARL y VARIAN, HAL: "Information Rules (A Strategic Guide to the Network Economy)". Harvard business School Press. 1999
- SIEBEL, THOMAS: "Principios del e-business". Granica. 2001
- SIEGEL, DAVID: "Futurize Your Enterprise (business Strategy in the Age of the E-Customer)". John Wiley & Sons. 1999

## 7. CONTENIDO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TÍTULO: MBA

CURSO ACADÉMICO: 2016-17

ASIGNATURA: Estrategias de e-Business en la Economía Global

SEMESTRE: 2º

CRÉDITOS ECTS: 6

### PARTE 1.

- Las redes sociales como instrumento de negocio para la empresa.
- Concepto de red social. Razones por las que una empresa debe apostar por las redes sociales.
- Premisas a valorar en la estrategia de redes sociales de una empresa. Funciones a desarrollar por el responsable de redes sociales de la empresa. Principales redes sociales para hacer negocios.
- Análisis práctico profesional/empresarial sobre LinkedIn y Twitter.

### PARTE 2.

- Modelo Estratégico. Entorno y transformaciones de la sociedad digital y posibilidades de creación de valor empresarial.
- Estrategia Empresarial y E Business.
- Concepto de E-business y de economía digital.
- Modelo estratégico, modelo directivo y corporate.
- El modelo de creación de valor digital en el marco de la estrategia empresarial.

- Modelos de negocio 'brick and mortar', digitales y on -line y blended
- Metodología de análisis sectores y de modelos de negocio digitales para el estudio de casos.
  - Transformaciones de la economía y sociedad digital:
- Transformaciones tecnológicas.
- Transformaciones políticas y de gobierno.
- Transformaciones de la información.
- Transformaciones en las relaciones.
- Transformaciones urbanas.
- Transformaciones en la propiedad intelectual
- Casos prácticos: Negocios Long Tail y de sindicación.
- Transformaciones en las organizaciones:
- Transformación de las operaciones
- Efectos sobre la cadena de suministro y de la cadena de valor digital.
- Los modelos de transformación de las organizaciones y de las estructuras para el negocio digital. Management, crowdsourcing y tendencias.
- Casos prácticos: Modelos de negocio de Amazon y Netflix.
- Transformación de la demanda y de la oferta y del consumidor en la economía digital.
- Tipología y objetivos. Ingresos, acceso, precio y cadena de valor.
- Comportamiento del consumidor.
- Transformación de la oferta. Marketing, portfolio de productos y servicios en la economía digital.
- Casos prácticos: Big Data y modelos de negocio.
- Comunicación, visibilidad y reputación digital para la empresa.
- Presentación de trabajos por grupos.
- Presentación de trabajos por grupos

Prueba objetiva final (Parte 1 + Parte 2)