



**UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO**

GUÍA DOCENTE

ECONOMÍA DIGITAL Y MODELO DE NEGOCIOS DISRUPTIVOS

Título Universitario Superior en Marketing Digital Título
Universitario Superior en Digital Business

PRESENCIAL

CURSO ACADÉMICO 2019-2020

ÍNDICE

RESUMEN	4
DATOS DEL PROFESORADO	4
REQUISITOS PREVIOS	4
COMPETENCIAS	5
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA	5
METODOLOGÍAS	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS	6
SISTEMA DE EVALUACIÓN	6
BIBLIOGRAFÍA	8

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas (ESCOEX)		
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Asignatura	Economía Digital y Modelo de Negocios Disruptivos	Código	F1C1P02002
Materia	Marketing Digital – Digital Business		
Carácter	Básica		
Curso	1º		
Semestre	Primer semestre		
Créditos ECTS	6		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2019-2020		

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Sabina Hernández / Luis Hernández
Correo electrónico	sabina.hernandez@pdi.atlanticomedio.es / luis.hernandez@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	828.019.019
Tutorías	<p>Consultar horario de tutorías en el campus virtual. El horario de atención al estudiante se publicará al inicio de curso en el Campus Virtual. En caso de incompatibilidad con las franjas horarias establecidas pueden ponerse en contacto a través del <i>mail</i> para concertar una tutoría fuera de este horario.</p> <p>Se ruega que se solicite la tutoría a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.</p>

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Obtener conocimientos básicos de la economía digital y su impacto en la transformación de una compañía.
- Conocer las aplicaciones de la tecnología y los canales digitales en las diferentes áreas de una empresa.
-
- Entender las oportunidades que las nuevas tecnologías pueden tener en desarrollo de una compañía.
- Adquirir las bases del proceso de digitalización de una compañía.
- Adquirir metodologías y herramientas diferentes para gestionar las relaciones con los clientes, el talento, los KPIs, el marco legal y la innovación en el entorno digital.
- Definir el entorno competitivo a través del ecosistema digital y la reputación y la relevancia digital de tu empresa o proyecto.
- Profundizar en aspectos clave del modelo de negocio para ganar competitividad en el marco digital.
- Adaptar las operaciones clave de tu cadena de valor a las necesidades del cliente digital para maximizar su satisfacción.

BREVE DESCRIPCIÓN

La transformación digital es uno de los pasos más comunes a los que se enfrentan actualmente las empresas.

La tecnología se ha democratizado los últimos años por lo que ya no es beneficio de unos pocos, sino que está al alcance de todos y por este motivo, ser digital, ya no es una opción.

Con la transformación digital, además, entran en juego y toman protagonismos nuevos activos intangibles como son la tecnología y los datos, en detrimento de los activos físicos que antes tenían un importante valor en las organizaciones.

Hoy, el dato y la tecnología, son los activos más importantes de las economías modernas. La transformación digital optimiza todos los recursos físicos y empresariales, además de los procesos en las organizaciones, por lo que supone un reto y un cambio cultural importante en las organizaciones.

Sin embargo, aunque es un concepto cada vez más en uso, sigue siendo un gran reto para la mayoría de las organizaciones que necesitan remodelar sus procesos, productos, modelos de negocio y, en definitiva, sus empresas, así como replantearse completamente la forma en la que los clientes ahora consumen, se relacionan, se comunican, se desarrollan en la sociedad y en las organizaciones.

Este nuevo hecho hace necesario que se profundice y se conozcan las nuevas estrategias y técnicas de gestión del marketing, predecir el comportamiento de los potenciales consumidores mediante el reconocimiento de patrones gracias al Big Data, gestionar la experiencia de cliente en entornos digitales, abordar con éxito la transformación digital de la empresa, entender las principales tecnologías disruptivas que afectan directamente a los modelos de negocio y al valor de las organizaciones.

El estudio de la asignatura contempla conocer las tendencias actuales en el entorno digital, así como las utilidades que presentan las diferentes herramientas y tecnologías en los negocios actuales y futuros. Se pretende que el alumno se familiarice con el entorno digital para que pueda aprovechar todas las oportunidades que nos ofrece.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El objetivo de esta asignatura es que el alumno se introduzca en el Digital Business y entienda las oportunidades y retos del entorno digital desde la óptica empresarial. Para ello la asignatura se estructura en los siguientes **bloques de contenido**:

1. Innovación y nuevas tecnologías que impactan en los negocios.
2. Fundamentos de la economía digital: conceptos básicos, terminología, tecnologías, canales y aplicaciones en el mundo empresarial.
3. El ecosistema digital.
4. El cliente digital: nuevo proceso de decisión y experiencia.
5. Modelos de negocios digitales y Innovación y nuevas tecnologías que impactan en los negocios.
6. La Base: Talento, marco legal y marco financiero de la transformación digital

Cada uno de los bloques y contenidos anteriores se distribuirán por módulos según la relación del contenido, el número de clases y se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Módulo 1

Introducción a la asignatura: El ecosistema digital.

Presentación del semestre

Introducción a los modelos de negocio I

Introducción al Marketing

Introducción al Ecosistema Digital

Módulo 2

Modelos de negocios digitales y el producto/servicio digital

Modelo de Negocio - Propuesta de Valor

Modelo de Negocio - Monetización, Operaciones

Herramientas digitales de gestión / Cadena de Valor

Cadena de Valor II, Estudio de un modelo de negocio UBER

Test de evaluación

Módulo 3

El cliente digital: nuevo proceso de decisión y experiencia.

Introducción al Marketing y Comunicación Digital I

Marketing y Comunicación Digital II

El Cliente Digital: Buyer Persona, Funnel de Ventas y Customer Journey

Nuevos Modelos de Publicidad y Agencias

Test de evaluación

Módulo 4

Fundamentos de la economía digital: conceptos básicos, terminología, tecnologías, canales y aplicaciones en el mundo empresarial. Introducción al Internet de Las cosas (IoT)

Terminología y definición de conceptos claves vinculados al ecosistema digital actual

Profundización de conceptos: Cliente Digital y Modelo POEM

Test de evaluación

Módulo 5

Innovación y nuevas tecnologías que impactan en los negocios.

Paid Media (Modelo POEM)

Analítica Digital e Inteligencia de Negocio

El Proceso de Innovación y Transformación Digital. Metodología y gestión de proyectos

Test de evaluación

Módulo 6

La Base: Talento, marco legal y marco financiero de la transformación digital

La Dirección y Gestión del Talento en la Economía Digital

Marco Legal y Financiero

Visita a una empresa canaria referente de Transformación Digital e Innovación

Trabajo Final y Examen

METODOLOGÍA

- Clase magistral.
- Aprendizaje operativo.
- Aprendizaje on-line.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Lección magistral
Tutorías
Trabajo en equipo
Trabajo autónomo

EVALUACIÓN

Criterios de evaluación

	% CALIFICACIÓN FINAL
Participación activa en clase	10%
Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente	40%
Examen	50%

TRABAJO FINAL:

El alumno deberá preparar un proyecto digital, que se ajustará a las materias impartidas en el curso. El trabajo se hará en grupos que determinará el profesor.

Se trata de un análisis del modelo de negocio de dos empresas; una nativa digital (*Amazon y Netflix*) vs. una tradicional (*El Corte Inglés y Antena3 - Atresmedia Televisión*) de un mismo sector basándose en el Modelo Canvas.

El trabajo consta de dos partes:

- **I Parte:** se dividirán en grupos y cada grupo analizará dos de las cuatro empresas planteadas. Se pedirá al alumno una propuesta de análisis detallada englobando los principales puntos de los módulos 1, 2, 3 y 4. Al finalizar la primera parte, se harán las correcciones pertinentes para la entrega final.
- **II Parte:** se mantendrán los grupos iniciales y las empresas, pero a la inversa. Se le pedirá a los alumnos, un trabajo más desarrollado y amplio que la primera parte,

incluyendo el contenido de los módulos anteriores (1, 2, 3 y 4) y ampliando el contenido de los módulos restantes (5 y 6).

Tras un análisis detallado, cada grupo deberá hacer un documento en el formato de texto de Google el día 24 con mínimo de 4.000 palabras con el índice correspondiente englobando todos los puntos que se contemplan al final de este apartado.

Además cada grupo deberá realizar una presentación de 20 min. en el formato de presentaciones de Google, explicando las diferencias de cada modelo de negocio encontrando similitudes, diferencias y lo que se considere oportuno mencionar el alumno destacar, tras el análisis exhaustivo de cada una de las empresas, que se presentará el día del examen final.

Puntos a trabajar en el desarrollo de trabajo final:

1. **Introducción y contexto de la empresa a analizar:** Definición del perfil del producto a vender (preferiblemente vertical), en función del público objetivo. Se usará esta temática como cebo en relación al interés de los alumnos.
2. **Cliente Digital:** necesidad/es a satisfacer, cliente digital o buyer persona (*que ve el cliente, que escucha, qué piensa, qué siente, qué dice y hace, qué debilidades, que fortalezas*), funnel de ventas y customer journey.
3. **Ecosistema Digital del negocio:** actores (oferta, intermediarios, necesidad) y cambios en los elementos disruptivos (5G, Cloud, IoT, etc.).
4. **Modelo de negocio “Business Model Canvas”** - Lienzo de un modelo de negocio (*Canvas de Propuesta de Valor*). Canales, objetivos, precios, etc. y estrategia de anticipación con Análisis DAFO. Catálogo de producto (nº de referencias), modalidad de suministro: (dropshipping, inventario, fulfillment centre), y en función de cada uno identificar los proveedores y sistemas de pago.
5. **Plan de marketing y comunicación digital** (básico): POEM, SEO Y SEM (posicionamiento, keywords), estrategia de contenido, gestión de crisis y plan de contingencia.
6. **Transformación Digital e Innovación** (technology push o market pull)
7. **Plan de medición en relación al objetivo de negocio** (objetivo de negocio, KPI, etc.)
8. **Talento Digital** (RRHH, cultura ...)
9. **Marco Jurídico** (Política de cookies, GDPR, Privacy Shield, LSSI...)
10. **Análisis Financiero Básico**
11. **Conclusiones**

El día de la entrega del trabajo será el 23 hasta las 00.00

El día del examen y la presentación del trabajo final será el día 24.

Sistemas de evaluación

La evaluación es el reconocimiento del nivel de competencia adquirido por el estudiante y se expresa en calificaciones numéricas, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente.

Criterios de calificación

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final.

Si los alumnos asisten como mínimo al 75% de las clases, el sistema de calificación es el siguiente:

- (a) Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.
- (b) Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 30% de la nota final.
- (c) Participación activa en clase: 10 % de la nota final.

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 75%, el alumno no podrá presentarse en la convocatoria ordinaria.

Si no se presenta el alumno al examen de convocatoria oficial figurará como no presentado dado que aprobar el examen teórico-práctico es condición básica para aprobar la asignatura.

La nota de los trabajos desarrollados durante el curso se guardará para el resto de convocatorias asociadas al presente proyecto docente.

BIBLIOGRAFÍA

- **Libros**

- ❑ La Gran Oportunidad - Mosiri Cabezas
- ❑ Campeones de la transformación Digital. 10 líderes españoles - Lorenzo Ramírez Navarro
- ❑ Lo que viene: Como Uber, Airbnb y las nuevas empresas de Silicon Valley, están cambiando el mundo - Brad Stone
- ❑ Aprender en las organizaciones de la era digital. Alternativas desde la formación y para la transformación. - Jesús Martínez Marín y José Luis Muñoz Moreno
- ❑ Digital Transformation Playbook. Rethink Your Business for the Digital Age - David L. Rogers
- ❑ Crisis digital: Por qué las empresas fracasan en su transformación digital y cómo evitarlo - Luis Monge Malo
- ❑ Reinventar las organizaciones - Frederic Lalou y Andrea Maturana

➔ **Recursos web:** <https://iabspain.es/>