

Guía docente de la asignatura

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 20/06/2022

**Innovación y Negocio Digital.
Emprender desde la TIC
(MB7/56/2/16)****Máster**

Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing

MÓDULO

Tecnologías y Herramientas para el Análisis del Mercado y Estrategias Comerciales

RAMA

Ciencias Sociales y Jurídicas

CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO

Escuela Internacional de Posgrado

Semestre	Segundo	Créditos	4	Tipo	Optativa	Tipo de enseñanza	Presencial
-----------------	---------	-----------------	---	-------------	----------	--------------------------	------------

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Ninguno

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

Esta materia permitirá comprender las oportunidades y amenazas del entorno digital, los nuevos sectores y las principales transformaciones digitales en las empresas, así como capacitar para diseñar un entorno de gestión de información y comunicación apropiado que aproveche las oportunidades de Internet. Se abordan los elementos clave de la sociedad digital y su impacto en la economía y las empresas. El objetivo es estar en disposición de detectar y aprovechar las posibilidades de la transformación digital de las organizaciones de nuestro tiempo.

COMPETENCIAS**COMPETENCIAS BÁSICAS**

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

El estudiante sabrá/comprenderá el ecosistema digital, de modo que esté totalmente preparado para ser autosuficiente en la gestión de proyectos empresariales del entorno digital en el que se mueve el mundo de los negocios actualmente. Para ello el estudiante:

- Aprenderá a conocer métodos ágiles de innovación, aplicando algunos de ellos: Design Thinking, Lean Startup, Scrum, Open Innovation, etc.
- Conocerá los pasos para crear su propia empresa, desde la concepción de la idea hasta su puesta en marcha.
- Entenderá los aspectos fundamentales de la planificación estratégica económico-financiera, con aplicaciones informáticas.
- Descubrirá los nuevos modelos de negocio de internet/digitales.

El estudiante será capaz de:

- Desarrollar un Business Plan y presentarlo ante inversores.
- Aprovechar la tecnología y la innovación en la estrategia de tu empresa.
- Integrar las nuevas técnicas de marketing digital: Social Media, SEO, SEM.
- Gestionar las ventas de la manera más eficaz.
- Liderar y seleccionar equipos de alto rendimiento.
- Tomar decisiones rápidas y acertadas.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

TEMA 1: EMPRENDER DESDE UN ENFOQUE LEAN STARTUP

Definir un modelo de negocio actual basado en la transformación digital requiere conocer bien consideraciones previas que permitan detectar qué decisiones estratégicas deben tomarse y cómo influyen en el modelo de negocio. El método Lean Startup permite dar forma a ideas de negocio de forma coherente y basada en entornos digitales.

1. Analizar los factores de un modelo de negocio:



1. Empresas "de dueño".
 2. Canales de distribución
 3. El canal digital en distintos sectores
2. Implementación del Business Model Canvas como herramienta de análisis de aspectos básicos para montar un negocio
 3. Aplicación de la metodología Lean Startup
 4. Metodología Customer Development: basada en el cliente
 5. Producto Mínimo Viable como técnica del método Lean Statup y análisis de métricas
 6. Otras metodologías de innovación: Scrum, Open Innovation, Design Thinking, etc.

TEMA 2: DESARROLLO DEL MODELO DE NEGOCIO: ASPECTOS FINANCIEROS, COMERCIALES Y DE RECURSOS HUMANOS

Una vez establecidos los fundamentos del modelo de negocio es preciso desarrollar e integrar algunas de las principales áreas de empresa en el mar- co global del proyecto, incluyendo cuestiones financieras, comerciales y de recursos humanos.

1. Planificación estratégica económico-financiera en entornos digitales
2. Integración de técnicas de marketing digital: Social Media, SEO, SEM
3. Gestión comercial y de ventas en entornos digitales. E-Commerce
4. Recursos humanos en entornos digitales: gestión de equipos y liderazgo

TEMA 3: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y MODELOS DE NEGOCIOS DIGITALES

Conocer los fundamentos de la transformación digital del modelo negocio es clave tanto para desarrollar proyectos genuinamente digitales como para comprender el entorno y la competencia a la que nos podemos enfrentar.

1. Principios de la transformación digital y de la cultura digital en las empresas
2. Modelos de negocios digitales: casos prácticos
3. Economía de plataformas y economía colaborativa
4. Estrategias y herramientas digitales para la empresa
5. Ciberseguridad

TEMA 4: TECNOLOGÍAS DIGITALES EMERGENTES Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA

La economía actual está sufriendo importantes transformaciones derivadas de la emergencia de



tecnologías con un alto poder disruptivo y una evolución acelerada. Afrontar el emprendimiento desde una óptica digital precisa conocer el estado de la tecnología y sus potenciales aplicaciones, así como sus implicaciones éticas y casos de uso.

1. Inteligencia artificial
2. Impresión 3D y cultura maker
3. Industria 4.0
4. Robótica y automatización
5. Internet de las Cosas
6. Datos geolocalizados
7. Blockchain
8. Otros temas: datos abiertos, APIs, interoperabilidad

PRÁCTICO

Desarrollo de un modelo de negocio digital basado en los diversos contenidos analizados en la parte teórica.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- Bachs Ferrer, J., Lopéz-Jurado González, M. P., & Yagüez Insa, M. (2002). Internet, comercio electrónico y plan de negocio. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Bradley, C. & O’Toole, C. (2016). “An incumbent’s guide to digital disruption”. McKinsey Quarterly 2016. Available at: <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/an-incumbents-guide-to-digital-disruption>
- BENÍTEZ-MARTÍNEZ, F.L.; NÚÑEZ-CACHO-UTRILLA, P.V. & MOLINA-MORENO, V. & ROMERO-FRÍAS, E. (2022). “Blockchain as a Service: A holistic approach to traceability in the circular economy”. En Muthu, S.S. Blockchain Technologies for Sustainability. Springer Nature.
- DELOITTE (2021). Tech Trends 2021. Disponible en: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/articles/6730_TT-Landing-page/DI_2021-Tech-Trends.pdf
- Hui, G. (2014). “How the Internet of Things Changes Business Models”. Harvard Business Review. Available at: <https://hbr.org/2014/07/how-the-internet-of-things-changes-business-models>
- JIMÉNEZ QUINTERO, J.A. (coord.) (2012): Creación de empresas. Tipología de empresas y viabilidad estratégica. Ed. Pirámide. Madrid.



- OSTERWALDER, A. y PEIGNER, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons Ltd.
- Rodríguez, I. (2008). Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información. (3 ed.). Madrid: Pirámide.
- Romero Frías, E. (2019). “El futuro de la formación universitaria en auditoría, contabilidad y finanzas ante la transformación digital”. En Antonio Fornieles y Francisco Serrano “La digitalización y el experto contable. El estado de la cuestión” (pp. 90-100). Registro de Expertos Contable · REC].
- ROMERO-FRÍAS, E. (2021). “La transformación digital de la artesanía: innovando en los modelos de negocio.” En A. GARCÍA LÓPEZ Y A. SUÁREZ MARTÍN (Eds.) Repensar la artesanía. Estrategias para impulsar la artesanía contemporánea (pp. 137-168). Editorial Comares. ISBN 978-84-1369-109-1.
- Romero-Frías, E. (2022). “La transformación digital en perspectiva: 30 años de una economía digital conectada”. En: De la economía digital a la sociedad e-work decente: condiciones socio laborales para una industria 4.0 justa e inclusiva. Aranzadi.
- ROMERO-FRÍAS, E., BENÍTEZ-MARTÍNEZ, F.L., NÚÑEZ-CACHO-UTRILLA, P.V. & MOLINA-MORENO, V. (2022). “Fundamentals of blockchain and new generations of Distributed Ledger Technologies. Circular economy case uses in Spain”. En Muthu, S.S. Blockchain Technologies for Sustainability. Springer Nature.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ANDERSON, C. (2013). Makers: La nueva revolución industrial (Nuevos Paradigmas). Empresa Activa.
- BARRINGER, B. E IRELAND, D. (2008): Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. 2ª Edición. Prentice Hall.
- MACIÁ DOMENE, F. (2014): Marketing 2.0. Cómo atraer y fidelizar clientes en Internet. Ediciones ANAYA Multimedia, Madrid.
- ROJAS GRAELL, J. Y BERTRAN CODINA, S. (2010), El plan de viabilidad: guía práctica para su elaboración y negociación. Profit Editorial.
- THOMPSON, A.A. y STRICKLAND, A.J.(2004): Dirección y administración estratégica. McGraw Hill.

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

Con objeto de evaluar la adquisición de los contenidos y competencias a desarrollar en la materia, se utilizará un sistema de evaluación preferentemente continuo y diversificado, seleccionando las técnicas más adecuadas para la asignatura en cada momento, que permitan poner de manifiesto los diferentes conocimientos y capacidades adquiridos por el alumnado al cursar la



asignatura. De entre las técnicas evaluativas se utilizarán para evaluar la convocatoria ordinaria:

- Presentación y defensa de un proyecto de empresa individual (70%). El proyecto será evaluado con hasta 10 puntos.
- Actividades prácticas con presentaciones orales en clase individuales o en grupo, así como participación activa en las sesiones (30%).

La asistencia es obligatoria. La entrega de actividades lleva aparejada la asistencia. En otro caso, dicha actividad no será evaluada.

La nota final corresponderá a la media ponderada de la puntuación obtenida en el proyecto de empresa y en las actividades prácticas.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Presentación y defensa de un proyecto de empresa individual (100%). El proyecto será evaluado con hasta 10 puntos.

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Presentación y defensa de un proyecto de empresa individual (100%). El proyecto será evaluado con hasta 10 puntos.

INFORMACIÓN ADICIONAL

USO DE PRADO2:

La comunicación entre el profesorado y los estudiantes se realizará en clase y a través de la plataforma PRADO2, que se utilizará para informar sobre actividades, plazos de entrega de trabajos, convocatoria de exámenes, etc.

También estarán disponibles en la plataforma los documentos y materiales complementarios necesarios para el desarrollo de la asignatura (salvo la bibliografía, que se puede consultar en la biblioteca de la Facultad).

CONTACTO CON EL PROFESORADO:

El estudiante puede consultar con el profesorado las cuestiones que se le presenten en relación con la asignatura en el horario de tutorías. También pueden ponerse en contacto con él o ella a través del correo electrónico o mediante el envío de mensajes a través de Prado2, en cuyo caso el estudiante debe identificarse (nombre, apellidos y grupo en el que está matriculado) y redactar correctamente su mensaje (no utilizar abreviaturas, no tener faltas de ortografía, utilizar de forma adecuada la gramática).

