



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: E-BUSINESS Y ESTRATEGIA DE MARKETING	Código: 310075
Tipología: OPTATIVA	Créditos ECTS: 4.5
Grado: 2303 - MASTER UNIVERSITARIO EN ESTRATEGIA Y MARKETING DE LA EMPRESA	Curso académico: 2019-20
Centro:	Grupo(s): 40 10 30 20 41
Curso: Sin asignar	Duración: C2
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web:	Bilingüe: N

2. REQUISITOS PREVIOS

Conocimientos básicos adquiridos en asignaturas de Marketing Estratégico y Marketing de Sectores Específicos. Conocimientos de utilización de herramientas de Internet a nivel de usuario.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC's) en el ámbito de la gestión de empresas ha supuesto un fenómeno de interés creciente en el ámbito profesional de gestión. El seminario sobre E-business y Estrategia de Marketing aborda en cada caso el interés y posibilidades de aplicación de estas tecnologías en los modelos de negocio, estrategias y, especialmente, en las acciones de marketing de la empresa.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E17	Capacidad para entender los procesos de diseño e implantación de las herramientas del marketing en entornos virtuales.
G04	Capacidad para utilizar las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) con fines de búsqueda de información, con especial énfasis en la utilización de bases de datos, revistas electrónicas y aplicaciones estadísticas.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

Descripción

Diseñar modelos de negocio alternativos para empresas establecidas a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías de la información.

Identificar las oportunidades y amenazas para una empresa que se derivan de las nuevas tecnologías de la información.

Reconocer la práctica de la estrategia empresarial en virtud de las nuevas tendencias en este campo, como la responsabilidad social corporativa o las nuevas tecnologías aplicadas a los negocios.

Seleccionar herramientas comerciales basadas en Internet en función de la estrategia de marketing adoptada por la empresa.

6. TEMARIO

Tema 1: Internet y comercio electrónico en la PYME

Tema 2: Web Social, emprendimiento y estrategia de marketing

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	E17 G04	0.5	12.5	S	N	S	
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	E17 G04	0.5	12.5	S	N	S	
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	E17 G04	1.5	37.5	S	N	S	
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Autoaprendizaje	E17 G04	1.5	37.5	S	N	S	
Otra actividad presencial [PRESENCIAL]	Trabajo dirigido o tutorizado	E17 G04	0.5	12.5	S	N	S	
Total:			4.5	112.5				
Créditos totales de trabajo presencial: 1.5				Horas totales de trabajo presencial: 37.5				
Créditos totales de trabajo autónomo: 3				Horas totales de trabajo autónomo: 75				

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria

Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	50.00%	0.00%	
Elaboración de memorias de prácticas	50.00%	0.00%	
Total:	100.00%	0.00%	

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12.5
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12.5
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Otra actividad presencial [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	12.5
Actividad global	
Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12.5
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	12.5
Elaboración de memorias de Prácticas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Autoaprendizaje]	37.5
Otra actividad presencial [PRESENCIAL][Trabajo dirigido o tutorizado]	12.5
Total horas: 112.5	

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS					
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año Descripción
Varios/ Varias fuentes	Los materiales se facilitarán para cada una de las sesiones				