

MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (MBA)

E-BUSINESS	
Código	600208
Módulo	EMPRESA
Materia	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
Carácter	OPTATIVA
Créditos ECTS	3
Curso	2
Semestre	4º TRIMESTRE
Departamento	ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA
Coordinador/a	FRANCESO SANDULLI
Correo	sandulli@ccee.ucm.es

SINOPSIS

DESCRIPTOR

La asignatura se centra en el conocimiento del funcionamiento de los mercados electrónicos; en identificar las oportunidades de negocio que ofrece Internet; elaborar un plan de negocios enfocado a una empresa que compita en Internet; Trabajar en grupo; trabajar con las nuevas tecnologías. Conocer las Estrategias competitivas en Internet. Elaboración de un plan comercial en Internet. Logística en Internet. Medios de Pago en Internet.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Los de admisión al Master. Se considera aconsejable que el alumno debe tener conocimientos básicos de Administración de Empresas.

COMPETENCIAS

Generales: o CG1: Capacidad para resolver problemas o CG2: Capacidad de análisis y síntesis. o CG3: Capacidad de organización y planificación. o CG4: Capacidad de comunicación y trabajo en equipo. Transversales:– o CT1 : Capacidad de búsqueda de información e investigación. o CT2 : Capacidad para recibir y transmitir información en otros idiomas, principalmente inglés. o CT3 : Capacidad para trabajar en entornos de presión. o CT4 : Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica. o CT5 : Usar tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Específicas:– o CE1 : Gestionar y administrar una empresa u organización, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades o CE2 : Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada. o CE3: Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido o CE4 : Derivar de los datos información económica relevante. o CE5 : Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa.

Ver descripción de competencias: <https://www.ucm.es/mba/22-competencias>

CONTENIDO TEMÁTICO

1. Tecnologías de la Información y rendimiento de la empresa.
2. Creación de valor en Internet.
3. Mercados Electrónicos.
4. Comercio Electrónico.
5. Publicidad Online.
6. Logística y Operaciones.
7. Plan de Negocio para empresas online.

ACTIVIDADES DOCENTES

Actividad	% del total de horas*
Clases teóricas online y presenciales	20
Discusión de casos online	15
Seminarios online y presenciales	5
Tutorías personalizadas o en grupo	5
Actividades de evaluación	5
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	25
Horas de estudio	25

SISTEMA DE EVALUACIÓN

EXAMEN	50%
EVALUACIÓN CONTINUA	50%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación está coordinado para todas las asignaturas de la materia. En cada asignatura se llevará a cabo un proceso de evaluación continua, que tendrá en consideración: la participación activa en clase, b) la calificación de las soluciones a los casos discutidos en clase o por medios telemáticos, c) la calificación de un trabajo realizado en grupo, d) la realización de un examen final. Estas actividades se valorarán del siguiente modo: Participación activa en el aula/online: 15% de la calificación final.· Resolución de casos y/o ejercicios en el aula/online: 20% de la calificación final.· Realización y presentación de trabajos en el aula/online: 15% de la calificación final.· Examen final: 50% de la calificación final.· Sistema de calificación: Se calificará según el RD 1125/2003, de 5 de septiembre, de la siguiente forma: - Calificación en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa: o 0-4,9: Suspenso (SS) o 5,0-6,9: Aprobado

(AP) o 7,0-8,9: Notable (NT) o 9,0-10,0: Sobresaliente (SB) La mención de “Matrícula de Honor” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Sandulli, F. D., & López-Sánchez, J. I. (2014). Can Online Retailers Escape the Law of One Price?. In Handbook of Strategic e-Business Management (pp. 187-207). Springer, Berlin, Heidelberg.

Sandulli, F. D., Rodríguez-Duarte, A., & Sánchez-Fernández, D. C. (2014). Value Creation and Value Capture Through Internet Business Models. In Handbook of Strategic e-Business Management (pp. 83-108). Springer, Berlin, Heidelberg.

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2017). Electronic commerce 2018: a managerial and social networks perspective. Springer.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Akerlof, G. A. (1978). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. In Uncertainty in economics (pp. 235-251). Academic Press.

Autor, D. H., Levy, F., & Murnane, R. J. (2003). The skill content of recent technological change: An empirical exploration. The Quarterly journal of economics, 118(4), 1279-1333.

Bloom, N., Garicano, L., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2014). The distinct effects of information technology and communication technology on firm organization. Management Science, 60(12), 2859-2885.

Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (1998). Beyond the productivity paradox. Communications of the ACM, 41(8), 49-55.

Carr, N. "IT Doesn't Matter," Harvard Business Review (81:5), 2003, pp. 41-50.

Davenport, T. H., & Westerman, G. (2018). Why so many high-profile digital transformations fail. Harvard Business Review, 9, 15.

Fernández-Menéndez, J., López-Sánchez, J. I., Rodríguez-Duarte, A., & Sandulli, F. D. (2009). Technical efficiency and use of information and communication technology in Spanish firms. Telecommunications Policy, 33(7), 348-359.

Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. Technological forecasting and social change, 114, 254-280.

Keller, W., & Utar, H. (2016). Globalisation and polarisation in the wake of Brexit. VOX CEPR's Policy Portal.

Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. Communications of the ACM, 30(6), 484-497.

Rochet, J. C., & Tirole, J. (2006). Two-sided markets: a progress report. The RAND journal of economics, 37(3), 645-667.

Sandulli, F. D., Baker, P. M., & López-Sánchez, J. I. (2013). Can small and medium enterprises benefit from skill-biased technological change?. Journal of Business Research, 66(10), 1976-1982.

Sandulli, F. D., Baker, P. M., & López-Sánchez, J. I. (2014). Jobs mismatch and productivity impact of information technology. The Service Industries Journal, 34(13), 1060-1074.

Solow, R. M. (1987). We'd better watch out. New York Times Book Review, 36