



Universidad
de Alcalá

GUÍA DOCENTE

Economía Digital

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas
Grado en Economía y Negocios
Internacionales**

Universidad de Alcalá

**Curso Académico / 2018-2019
4º Curso – 1º Cuatrimestre**

GUÍA DOCENTE

Nombre de la asignatura:	Economía Digital.
Código:	340069
Titulación en la que se imparte:	Grado en Administración y Dirección de Empresas Grado en Economía y Negocios Internacionales
Departamento y Área de Conocimiento:	Departamento: Economía y Dirección de Empresas Área: Organización de Empresas
Carácter:	Optativa
Créditos ECTS:	6
Curso y cuatrimestre:	4º - 1º
Profesorado:	Antonio Saravia
Horario de Tutoría:	Por determinar
Idioma en el que se imparte:	Español

1. PRESENTACIÓN

Estamos viviendo una auténtica revolución digital y a una escala global. Nos movemos hacia un mundo hiperconectado, móvil, social y digital. Ninguna actividad queda al margen de esta revolución, que ya ha transformado radicalmente algunos sectores de la economía.

Los alumnos conocerán las bases de esta nueva realidad económica global y los principales retos, necesidades, capacidades y oportunidades que el nuevo entorno digital ofrece: Comercio electrónico, Marketing digital, Contenidos y servicios digitales, Internacionalización, Empleo y Emprendimiento.

2. COMPETENCIAS

Competencias genéricas:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de gestión de la información
- Trabajo en Equipo

Competencias específicas:

- Conocer, comprender y manejar los conceptos básicos y nuevos paradigmas de la economía digital.
- Conocer y comprender los aspectos relevantes de negocio, tecnológicos y legales del comercio electrónico
- Conocer y comprender los aspectos relevantes del Marketing digital
- Conocer las oportunidades de Internacionalización, Empleo y Emprendimiento que ofrece el nuevo entorno digital global

3. CONTENIDOS

Bloques de contenido	Total de créditos
Bloque 1 : EL NUEVO ENTORNO DIGITAL GLOBAL <ul style="list-style-type: none"> • Paradigmas del nuevo entorno: conectividad, globalidad, digitalización, movilidad, redes sociales, Big data, Smart Cities, Internet of Things, realidad virtual y aumentada, economía colaborativa, industria 4.0, gamification, Fintech, 3DPrinting, drones, ... 	1
Bloque 2 : Introducción al Comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos de negocio (modelos y procesos) • Aspectos tecnológicos (plataformas y soluciones) • Aspectos legales y sellos de confianza 	2
Bloque 3: Introducción al Marketing digital <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos, conceptos y herramientas básicas del marketing online: publicidad online, e-mail marketing, mobile marketing, social media, SEO y SEM, analítica web, fidelización, reputación online. 	2
Bloque 4: Internacionalización, Empleo y Emprendimiento digital <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de las oportunidades que ofrece el nuevo entorno competitivo digital para la internacionalización, el empleo y el emprendimiento. 	1

4. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.-ACTIVIDADES FORMATIVAS

4.1. Distribución de créditos (150 horas)

Número de horas presenciales:	45
Número de horas del trabajo	Trabajo autónomo: 97

propio del estudiante: 105	Tutorías ECTS: 8
Total horas	150

4.2. Estrategias metodológicas, materiales y recursos didácticos

Clases presenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Clases teóricas: Durante las mismas el profesor desarrollará los conceptos más importantes para la comprensión del tema. • Análisis de la actualidad: el profesor fomentará el análisis y discusión de las noticias de actualidad en el ámbito de la asignatura. Para esta actividad se prevé hacer uso de la herramienta de foros del aula virtual. • Charlas o conferencias de directivos o expertos sobre temas y casos prácticos relacionados con el temario. • Presentación de Informes o trabajos: el alumno individualmente o en grupo tendrá que realizar y presentar informes o trabajos que haya realizado en casa. Para la presentación se hará uso de los medios tecnológicos disponibles en el aula. Se contemplan al menos dos informes o trabajos iniciales y un trabajo final en grupo que permita el análisis y aplicación de los conceptos aprendidos a un caso real.
Trabajo autónomo	<ul style="list-style-type: none"> • Lecturas • Búsqueda de información • Realización de actividades: informes, trabajos, visionado de vídeos o presentaciones, participación en foros/blogs.
Tutorías	<ul style="list-style-type: none"> • Las tutorías podrán ser en grupo o individuales y durante las mismas el profesor evaluará la adquisición de las competencias, el alumno tendrá que informar de la evolución de los informes o trabajos, y se evaluará el trabajo que está siendo realizado.
Examen	<ul style="list-style-type: none"> • Examen final: al final del curso habrá un examen que permitirá evaluar las competencias y conocimientos adquiridos, y en el que el alumno tendrá que mostrar que es capaz de interrelacionar los conceptos y aplicarlos.

5. EVALUACIÓN: Procedimientos, criterios de evaluación y de calificación

Para la aprobación de la asignatura el estudiante deberá superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, entendiendo que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

Criterios de calificación

El proceso de evaluación normal estará inspirado en la evaluación continua del estudiante.

Aquellos alumnos que decidan abandonar el sistema de evaluación continua tienen la obligación de comunicarlo en las **dos primeras semanas** de impartición de la asignatura, explicando las razones que le impiden seguir el sistema de evaluación continua.

Si el estudiante no participa en el proceso de enseñanza-aprendizaje según lo establecido en esta guía docente (asistencia, realización y entrega de actividades de aprendizaje y evaluación), **se considerará no presentado en la convocatoria ordinaria**.

El estudiante tiene que decidir, al inicio del curso, el tipo de evaluación por el que ha optado, eligiendo entre:

- Un procedimiento de evaluación continuada. Senda del 60%-40%
- Realización de un examen final teórico práctico. Senda del 100% la nota del examen

En caso de no comunicar la elección **se entenderá que el estudiante ha optado** por la realización de la evaluación continua. No podrá cambiarse de modalidad.

Evaluación continua

El rendimiento de los alumnos será evaluado por su trabajo, conocimientos y destrezas adquiridas y la mejora de su proceso de aprendizaje. Los métodos a emplear serán:

Asistencia a clases teórico prácticas. Valoración de la participación activa de alumnos. Valoración o resolución de casos prácticos y/o trabajos individuales o en equipo planteados	60%
Superación del examen final complementario	40%

Para la aprobación de la asignatura el estudiante deberá superar satisfactoriamente el conjunto de pruebas, entendiéndose que todas ellas en conjunto evalúan la adquisición de todas las competencias desarrolladas.

Examen final

Constará de preguntas teórico-prácticas en el que habrán de demostrar que han adquirido las competencias genéricas y específicas de la asignatura y a la que sólo se podrán presentar los alumnos que hayan seleccionado la opción de no seguir la evaluación continua.

Convocatoria Extraordinaria Junio /Julio

- Alumnos que han elegido evaluación continuada y que habiendo superado la parte de tareas no han logrado la nota necesaria en el examen final complementario: deberán repetir dicho examen en la convocatoria extraordinaria y se guardará el resto de sus notas de evaluación continuada para sumarlas al mismo.
- Alumnos en cualquier otra circunstancia diferente de la anterior: deberán realizar un examen final que constituirá el 100% de su nota.

6. BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

- Asociación Española de la Economía Digital (adigital), "Libro Blanco del Comercio Electrónico, 2ª edición", 2012.

- AMETIC - PWC, "Estudio de la Economía Digital: Los contenidos y servicios digitales", 2012.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), "Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2015", 2016.
- Asociación Española de la Economía Digital (adigital), "Libro Blanco de Logística para Comercio Electrónico", 2016.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), "Internet Economy Outlook", 2012.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), "La Sociedad en Red. Informe anual 2015", 2016.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), "Informe anual del sector de los contenidos digitales en España", 2016.
- Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), "Informe Económico Sectorial 2012", 2013.
- PwC, "Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016", 2012.
- IAB Spain, [Libros blancos y estándares](#).
- INESDI, "Top 25 Profesiones Digitales", 2017
- FTI - AMETIC, "Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 - 2017 - PAFET VII", 2012.
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), "Oferta y Demanda de Profesionales en Contenidos Digitales", 2013.

A lo largo del curso el profesor de la asignatura podrá recomendar la lectura de artículos especializados, blogs o cualquier otro material bibliográfico que se considere de utilidad para el seguimiento y estudio de la asignatura.