12-13

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



NEGOCIO ELECTRÓNICO

CÓDIGO 01653060

UNED

12-13

NEGOCIO ELECTRÓNICO

CÓDIGO 01653060

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

La asignatura "Negocio Electrónico" es una materia optativa que forma parte de la Diplomatura en Ciencias Empresariales. La duración de la asignatura es cuatrimestral, consta de 4,5 créditos, y se estudia durante el primer cuatrimestre del tercer curso de la Diplomatura.
Como su nombre indica, la asignatura trata de la aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información, especialmente de Internet, y las Comunicaciones a la gestión empresarial.
La irrupción de Internet y las Nuevas Tecnologías ha originado una auténtica revolución que nos influye en todos los ámbitos, puesto que altera nuestras formas tradicionales de relación y está afectando a nuestra vida cotidiana, a las formas en que se realizan las transacciones comerciales, a la gestión empresarial en su sentido más amplio e incluso a las Administraciones Públicas, a la vez que potencia el proceso de internacionalización y globalización de la economía.
El objetivo central de la asignatura consiste en estudiar en que medida Internet y la Nueva Economía están influyendo en las empresas y que alteraciones se producen en su estructura y competitividad. Se analiza la dicotomía que se produce entre las empresas tradicionales y las virtuales para buscar las fortalezas y debilidades de cada una y proponer pautas de actuación que permitan corregir los aspectos en los que se detecten carencias o formas de actuación incorrectas y se potencien aquellas otras en las que se tienen ventajas competitivas.
También se pretenden buscar las parcelas de complementariedad entre ambos tipos de empresas para aprovechar los efectos sinérgicos de ser a la vez empresa tradicional y virtual.

CONTENIDOS

El programa de la asignatura se estructura de la siguiente manera:

INTRODUCCIÓN

PARTE I: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

TEMA 1. La Sociedad de la Información
TEMA 2. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación
TEMA 3. El valor de la información
TEMA 4. La comunicación

PARTE II: INTERNET Y LA NUEVA ECONOMIA

TEMA 5. Internet como herramienta para la Economía
TEMA 6. La Nueva Economía

PARTE III: LAS EMPRESAS EN LA NUEVA ECONOMIA

TEMA 7. Internet y Empresa
TEMA 8. Las empresas en la Nueva Economía
TEMA 9. Modelos de negocio basados en Internet

PARTE IV: EL MERCADO ELECTRÓNICO Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMA 10. El mercado electrónico
TEMA 11. El comercio electrónico

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	ROSANA DE PABLO REDONDO
Correo Electrónico	rdepablo@cee.uned.es
Teléfono	91398-8061
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MONICA OLIVER YEBENES
Correo Electrónico	moliver@cee.uned.es
Teléfono	91398-7308
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788436258264
Título:NEGOCIO ELECTRÓNICO
Autor/es:Pablo Redondo, Rosana De ;
Editorial:U.N.E.D.

ISBN(13):9788436258523
Título:NEGOCIO ELECTRÓNICO (2009)
Autor/es:Pablo Redondo, Rosana De ;
Editorial:UNED, aula abierta

Para preparar la asignatura se recomienda uno de los siguientes libros:
PABLO REDONDO, R. de (2009): *Negocio Electrónico.* Colección Aula Abierta, Editorial UNED, Madrid. **ISBN:** 978-84-362-5852-3. **Código UNED:** 0136218AA01A01
PABLO REDONDO, R. de (2009): *Negocio Electrónico.* eBooks. Editorial UNED, Madrid. **ISBN:** 978-84-362-5826-4.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13):9788480046770
Título:LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO (2004)
Autor/es:Pablo Redondo, Rosana De ;
Editorial:Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.

ISBN(13):9788488533869
Título:INTERNET Y LA NUEVA ECONOMÍA EN LAS EMPRESAS. ESTUDIO DEL CASO "AMADEUS" (1ª)
Autor/es:Pablo Redondo, Rosana De ;
Editorial:INSTITUTO DE ESTUDIOS ECONÓMICOS

Internet permite hacer un seguimiento de las publicaciones que van surgiendo a través de direcciones electrónicas específicas, con la ventaja de la inmediatez en la obtención de la información, o en todo caso con un menor retardo en la recepción de los catálogos y las publicaciones escritas, especialmente cuando se trata de cuestiones de tan reciente investigación como la que nos ocupa y además por el hecho de utilizar la propia tecnología que se analiza.
Aunque es sabido que en Internet las referencias cambian con bastante rapidez, es útil disponer de direcciones electrónicas (el manual básico incorpora las que nos parecen más interesantes) tanto por la propia información que ofrecen como por los links que proporcionan.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Dado que la asignatura pertenece al primer cuatrimestre, la prueba presencial se realiza en la convocatoria de enero/febrero, teniendo la posibilidad –caso de suspender– de recuperar en septiembre.
El examen podrá estar formado por cuestiones de desarrollo o preguntas tipo test.
Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar un mínimo de cinco puntos tal y como aprobó la Junta de Gobierno de la Universidad el 28 de noviembre de 1996.
La duración del examen será de hora y media.
Para la realización del examen no es necesario utilizar ningún material auxiliar.

Las calificaciones finales las podrá verificar por los listados que se envían a los Centros Asociados, a través de Internet o bien en el S.I.R.A. 902 25 26 65.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El horario de consulta se desarrolla todos los jueves lectivos del primer cuatrimestre, de 16 a 20 h. (Tfl. 91 398 80 61/ 63 81/ 73 08) en:
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, 1.ª planta. Despacho 1.03. Paseo de Senda del Rey, 11 - 28040. Madrid.
Para consultas por correo electrónico puede dirigirse a:
Dra. D.ª Rosana de Pablo Redondo: rdepablo@cee.uned.es
D.ª Isabel Martín Domínguez: imartin@cee.uned.es
D.ª Mónica Oliver Yébenes: moliver@cee.uned.es

web de la asignatura

http://www.uned.es/dpto-eeyc/asignaturas/653060/653060.htm

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.