



Plan de estudios

Materia

Economía, empresa y negocio I

Curso: 1

Créditos: 16 ECTS

Idioma: Castellano

Competencias

Competencias básicas:

CB1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Competencias Generales / Personales:

CG5. Consciencia y compromiso

Competencias Específicas / Profesionales:

CE5. Dispone y demuestra una visión muy profunda de los ámbitos de gestión de las organizaciones, de manera que conoce las implicaciones de la gestión de los datos en los diferentes ámbitos organizacionales.

CE6. Tiene una vocación emprendedora y transformadora, entendida como las actitudes, habilidades y herramientas para desarrollar proyectos emprendedores e intraemprendedores que vayan más allá de la mejora de la eficiencia.

Resultados de aprendizaje

RA5. Ser capaz de conocerse a sí mismo e identificar los puntos fuertes y débiles propios a la hora de relacionarse con los demás y con el contexto.

RA12. Disponer y demostrar una visión muy profunda de los ámbitos de gestión de las organizaciones, de manera que conoce las implicaciones de la gestión de los datos en los diferentes ámbitos organizacionales.

RA13. Tener una vocación emprendedora y transformadora, entendida como las actitudes, habilidades y herramientas para desarrollar proyectos emprendedores e intraemprendedores que vayan más allá de la mejora de la eficiencia.

Contenidos

Entender el mundo económico

- ¿Qué es la economía?
- La demanda
- La oferta
- El consumidor
- El mercado
- Formas de mercado
- La agregación: De la microeconomía a la macroeconomía
- Los mercados financieros

Organización y estrategia

- Comprender el concepto de modelo de negocio
- Conocer las áreas de una organización
- Conceptos básicos de estrategia empresarial
- La digitalización de los negocios

La empresa y sus áreas

- Finanzas
- Marketing
- Logística
- Personas
- Internacionalización
- Estrategia

Marketing y datos

- Introducción al marketing: el nuevo Marketing cada vez más “data driven”
- Introducción al marketing digital
- Redes sociales y publicidad en redes sociales
- Posicionamiento orgánico (SEO) y de pago (SEM)
- Comercio electrónico
- Analítica web

Ética

- Visión general en torno a la ética referida a Big Data e Inteligencia Artificial.
- La referencia de los ODS, los objetivos de desarrollo sostenible.
- La ética en el marco de los retos de empresa.
- Sesgos cognitivos en la recogida, uso e interpretación de los datos.
- Ontología, epistemología y ética.
- Propiedad, transparencia, consentimiento, privacidad, valor económico y apertura de los datos.
- Ideas básicas sobre pensamiento crítico.

Derecho

- Datos, protección de la información y protección de datos de carácter personal
- Bases de legitimación y principios del tratamiento de los datos
- Obligaciones del responsable y el encargado del tratamiento de los datos
- Derechos de los interesados en el tratamiento de datos de carácter personal
- Empresa y legalidad de los negocios digitales
- Propiedad Intelectual y derechos sobre la información

- Las cookies y la protección de datos
- Datos en blockchain y smart contracts
- Aclaraciones interpretativas y prácticas sobre la normativa aplicable al tratamiento de datos

Actividades formativas

Las acciones formativas planificadas para este módulo son las siguientes:

- Aprendizaje basado en retos (8 ECTS)
- Trabajo en equipo (3,5 ECTS)
- Talleres (1 ECTS)
- Recursos online (1 ECTS)
- Reflexión (2 ECTS)
- Trabajo individual (0,5 ECTS)

Sistema de evaluación

La evaluación será mediante el sistema de evaluación continua a través de la cual se proporciona una información constante, tanto a los/las profesores como a los/las estudiantes, del proceso de aprendizaje a lo largo del período académico:

- Las actividades formativas de presentación de conocimientos y estudio individual se podrán evaluar con pruebas orales y/o escritas que corresponderán como máximo al 60% de la nota final.
- Las acciones formativas dirigidas a la adquisición de las competencias prácticas de las asignaturas se evaluarán a través de la realización de diferentes actividades (trabajos, casos, retos, etc.) correspondiendo como mínimo a un 40% de la nota final.

Los detalles de evaluación y calificación se harán explícitos en la planificación docente anual de las materias en función de los profesores responsables y de los condicionantes de cada curso.

Bibliografía

- Kotler, P.; Kartajaya, H.; Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0 Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital. LID Editorial
- Jeffery, M. (2010). Data-Driven Marketing. 15 metrics everyone in Marketing should know. Prentice-Hall
- Mayer-Schönberger, V; Ramge, T. (2019). La reinención de la economía: El capitalismo en la era del big data. Madrid: Turner.
- Samuelson, P; Nordhaus, W. (2006). Macroeconomía. (18º ed). Madrid. McGraw-Hill Interamericana
- Astobiza, A. M. (2017). Ética algorítmica: Implicaciones éticas de una sociedad cada vez más gobernada por algoritmos. Dilemata, (24), 185-217.
- Colmenarejo Fernández, R. (2017). Una ética para «big data»: Introducción a la gestión ética de datos masivos. Barcelona: Editorial UOC.
- Llaneza González, P. (2019). Datanomics: Todos los datos personales que das sin darte cuenta y todo lo que las empresas hacen con ellos. Barcelona: Deusto

- Mayer-Schonberger, V., & Cukier, K. (2013). Big data: La revolución de los datos masivos. Madrid: Turner.
- O'Neil, C. (2018). Armas de destrucción matemática: Cómo el Big Data aumenta la desigualdad y amenaza la democracia. Madrid: Capitán Swing.
- Peirano, M. (2019). El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención.