



Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Buenos Aires

PROGRAMA ANALÍTICO DE ASIGNATURA

DEPARTAMENTO: Ingeniería en Sistemas de Información

CARRERA: Ingeniería en Sistemas de Información

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR: Gestión de Empresas Digitales

Año Académico: 2023

Área: Gestión Ingenieril

Bloque: Electivas

Nivel: 5º

Tipo: Electiva

Modalidad: Cuatrimestral

Cargas horarias totales:

<i>Horas reloj</i>	<i>Horas cátedra</i>	<i>Horas cátedra semanales</i>
72	96	6

COMPOSICIÓN DEL EQUIPO DE CÁTEDRA:

Profesor Adjunto: Ing. Daniel O. Gulias

FUNDAMENTACIÓN

El propósito de la asignatura es brindar al estudiante una formación en negocios que complemente el conocimiento técnico, desde un enfoque tecnológico, en el mundo virtual.

Esta asignatura electiva, además de aportar el conocimiento básico sobre los negocios, brinda el marco para que el estudiante pueda concebir, diseñar y desarrollar un proyecto empresarial propio, en un ambiente colaborativo, que promueva actividades blandas (o soft skills) que son cada vez más necesarias para el desarrollo integral de los futuros graduados.

Un Ingeniero en sistemas de Información debe estar capacitado para desarrollarse como un profesional independiente o potencial empresario, por ello debemos proveer las herramientas necesarias para desempeñarse como tal.



*Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Buenos Aires*

OBJETIVOS

- Reconocer los cambios que las tecnologías de la información e internet, producen en la sociedad, la economía y en la forma de hacer negocios.
- Distinguir las ventajas competitivas del mundo virtual y el mundo real en el mundo empresario.
- Identificar oportunidades comerciales y la viabilidad económica financiera en el mundo empresario.
- Realizar un plan integral que considere las necesidades de mercado, el contexto ambiental, el valor para el cliente, la formulación de programas de acción, y las eventuales alianzas.
- Realizar comunicaciones efectivas entre pares a través de presentaciones ejecutivas.

CONTENIDOS

Contenidos analíticos

Unidad Temática 1: El impacto de Internet en los Negocios

Comprender la economía 4.0 y su aspecto tecnológico clave. Internet como fenómeno político, cultural, y socioeconómico. La economía de la información y la economía de las cosas. El impacto del coste marginal casi cero. Las nuevas empresas del mundo virtual. Ventajas competitivas del mundo virtual versus el mundo real.

Unidad Temática 2: Planeamiento Estratégico de los Negocios

El proceso del planeamiento estratégico. Análisis del ambiente externo y del interno. Formulación de objetivos. Puntualización de la Estrategia. Estudio de la competencia. Las 4P y las 4C. Formulación de programas acción. Plan operativo económico y financiero. Control y realimentación. Diferencias entre el enfoque clásico y el de internet.

Unidad Temática 3: Pronóstico y Medición de Mercados

La empresa. Mercados actuales y futuros. Qué es un mercado. Dimensiones de un mercado. Estructura y demanda de mercado. Mercados industriales y de consumo. Definición de demanda. Pronóstico de demanda de mercado. Pronóstico de la empresa. Demanda mínima y potencial. Mercados estructuralmente atractivos en el mundo virtual.

Unidad Temática 4: Crear valor para el cliente.

El recorrido del cliente. Productos, servicios y experiencias. Niveles de productos y servicios. Naturaleza y características de un servicio. Diferencias claves entre producto y servicio. Marca en la era digital, y estrategias de marca. Decisiones acerca de los servicios.



*Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Buenos Aires*

Unidad Temática 5: Criterios de Fijación de Precios de la Empresa.

Cómo se establecen los precios. Factores externos que condicionan la política de fijación de precios. Factores internos que afectan la fijación de precios. Análisis de la relación entre precio y demanda. Fijación de precios en función del valor para el cliente. Enfoques generales de fijación de precios. Precios dinámicos y online.

Unidad Temática 6: Comunicación eficaz y Presupuesto promocional

Instrumentos formales de promoción y difusión de la empresa. Decisiones acerca de cuáles utilizar y con qué intensidad. Cómo desarrollar una comunicación eficaz. Factores claves en la comunicación eficaz. Mensaje y medio. Los nuevos canales digitales. Cómo establecer el presupuesto promocional.

Unidad Temática 7: Proyectos de inversión en Internet

El ecosistema y sus desafíos. Proceso de formación de una empresa en internet. Claves para conseguir capitales de riesgo. Diferentes perfiles de inversores. Lo que demandan los inversores. Que atrae a un inversor. Factores claves del éxito.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Calderazi, J. (2016). Finanzas de Empresas. Ed. CyberMax.
- Evans, P. y Wurster, T. (2000). Volando en Pedacitos. Ed. Oxford.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2018). Principios de Marketing. Ed. Pearson.
- Kotler, P. y Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0. Ed. LID Editorial Empresarial.
- Neshem, J. (2000). High Tech Start Up. Ed. Free Press.
- Rhonda, A. (2014). The Successful Business Plan. Ed. Running R Media.
- Rifkin, J. (2014). La Sociedad de Coste Marginal Cero. Ed. Paidós.
- Sahlman, W. (2012). El mejor Plan de Negocios. Ed. Harvard Business Review.
- Tetaz, M. (2021). Nada Será Igual. Ed. Planeta.

PÁGINAS WEB DE INTERÉS

- Oller, E. Guía Completa Plan de Empresa: <https://www.youtube.com/watch>

CORRELATIVAS

Para cursar y rendir

- Cursadas:
 - Redes de Datos
 - Administración de Sistemas de Información
 - Simulación
 - Ingeniería y Calidad de Software
- Aprobadas:



Universidad Tecnológica Nacional
Facultad Regional Buenos Aires

- Diseño de Sistemas de Información
- Sistemas Operativos
- Bases de Datos