

MÓDULO: ¿Dónde estoy? (M2)

MATERIA: Entorno y oportunidades de negocio en la economía digital (M2.1)

Coordinador/a de la materia

- Dr. Urko Lopez (Mondragon Unibertsitatea)

PONENTES

- Dr. Urko Lopez (Mondragon Unibertsitatea)

COMPETENCIAS

Esta materia permitirá al alumno obtener las siguientes competencias:

- **M21.C1** Valorar y estimar las fuentes de oportunidad que la evolución de los mercados globales genera.
- **M21.C2** Ser capaz de entender y comprender las claves de la nueva economía, identificando y analizando con visión crítica las oportunidades de negocio en los mercados globales y en los nuevos sectores derivados de la economía digital.
- **M21.C3** Entender la figura de los nuevos consumidores en la sociedad digital, desarrollando las habilidades necesarias para analizar e interpretar sus comportamientos y ser capaz de generar dinámicas que favorezcan su implicación en los procesos de creación de experiencias

El alumno, por tanto, será capaz de:

- Identificar los diferentes polos y entornos económicos.
- Identificar con visión crítica las oportunidades de negocio en los mercados globales y en los nuevos sectores derivados de la economía digital.
- Comprender la importancia del comportamiento de los consumidores en la sociedad digital y diseñar experiencias en las cuales se aprovechen sus potencialidades.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

En esta materia está compuesta por las siguientes unidades didácticas:

- M21.UD1. Economía digital
 - Análisis de los bloques económicos mundiales y las economías emergentes y las oportunidades de negocio derivadas de las mismas.
 - Características de la sociedad en red y la economía digital.
 - Impacto de la digitalización en diferentes sectores de la economía.
- M21.UD2. Nuevos consumidores en la economía digital
 - El nuevo consumidor y las nuevas tendencias de consumo.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tabla descriptiva para la **calificación de las competencias de la materia**.

	M21.C1	M21.C2	M21.C3
M21.A1	30%	30%	0%
M21.A2	0%	0%	40%
	30%	30%	40%

- **M21.A1** Análisis del impacto de lo digital e identificación de oportunidades en diferentes sectores. (*Actividad individual*)
- **M21.A2** Reflexión sobre el comportamiento del nuevo consumidor y las nuevas tendencias de consumo. (*Actividad individual*)

BIBLIOGRAFÍA

- Cañigüeral A. (2014). Vivir Mejor Con Menos. Conecta.
- Rifkin J. (2013). La era del acceso. Ediciones Paidós.
- Rifkin J. (2014). La sociedad de coste marginal cero: El Internet de las cosas, el procomún colaborativo y el eclipse del capitalismo. Ediciones Paidós.
- Gil, V. Romero, F. (2008). Crossuser. Gestión 2000.
- Porter, M. E. (1999). La ventaja competitiva de las naciones. Deusto.
- Bauman Z. (2003). Modernidad líquida. Ed. FCE
- Moore G. A.; Cuesta A. (2015). Cruzando el abismo. Ed. Gestión 2000
- Gladwell M. (2006). The tipping point. How Little things can make a big difference Ed.
- Taleb. N. N. (2012). El cisne negro. El impacto de lo altamente improbable. Ed. Planeta