

MÓDULO: ¿Dónde estoy? (M2)

MATERIA: Estrategia en la economía digital (M2.2)

Coordinador/a de la materia

- Dr. Jon Aldazabal (Mondragon Unibertsitatea)

PONENTES

- Dr. Jon Aldazabal (Mondragon Unibertsitatea)
- Julen Iturbe-Ormaetxe (Consultoría Artesana)
- Javi Creus (Ideas For Change)
- Aitor Bediaga (Mondragon Unibertsitatea)

COMPETENCIAS

Esta materia permitirá al alumno obtener las siguientes competencias:

- **M22.C1** Reconocer y examinar los nuevos modelos de negocio digitales.
- **M22.C2** Conocer y aplicar las principales herramientas estratégicas para la gestión de empresas digitales.
- **M22.C3** Conocer los elementos centrales del concepto de empresa abierta y definir las herramientas y/o mecanismos para la puesta en marcha de iniciativas de innovación abierta.

El alumno, por tanto, será capaz de:

- Entender el funcionamiento y las claves de diferentes modelos de negocio digitales.
- Comprender que en el momento actual la función de marketing está intrínsecamente relacionada con la función directiva y que la asunción de la responsabilidad del diseño de la estrategia empresarial no puede ni debe desligarse de la realidad de mercado, de la evolución del sector y de las características de la demanda.
- Aplicar las tendencias en dirección empresarial desde la perspectiva del cliente y generar una orientación al mercado y al consumidor que posibilite la máxima rentabilidad a largo plazo y el establecimiento de sólidas bases para lograr un liderazgo sostenido.

- Poner en relación y enseñar técnicas específicas para incorporar la voz del cliente a los cuadros de mando de estrategia y gestión empresariales, desde una perspectiva “cliente-céntrica”.
- Identificar qué prácticas de empresa abierta pueden contribuir a mejorar la competitividad del negocio actual.
- Conocer casos de éxito sobre cocreación con el cliente y como estas prácticas pueden mejorar la competitividad de las organizaciones.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO

En esta materia consta de las siguientes unidades didácticas:

- M22.UD1. Estrategia en las organizaciones
 - Estrategias para la orientación al mercado de las organizaciones.
 - Herramientas para la implementación de estrategias organizativas.
- M22.UD2. Modelos de negocio digitales
 - Elementos de un modelo de negocio.
 - Modelos de negocio digitales.
- M22.UD3. Cocreación con clientes en entornos digitales
 - Innovación abierta y cocreación con el cliente

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

	M22.C1	M22.C2	M22.C3
M22.A1	40%	0%	0%
M22.A2	0%	30%	0%
M22.A3	0%	0%	30%
	40%	30%	30%

- **M22.A1** Reflexión sobre modelos de negocio digitales (*Actividad en grupo*).
- **M22.A2** Reflexión sobre las diferentes herramientas estratégicas (*Actividad en grupo*).
- **M22.A3** Analizar un caso de cocreación con el cliente (*Actividad individual*).

BIBLIOGRAFÍA

- Porter M. (2003). Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Deusto.
- Kotler G., Armstrong P. (2013). Fundamentos De Marketing. Pearson
- Debruyne M. (2014). Customer Innovation: Customer-centric Strategy for Enduring Growth. Kogan Page
- McAfee A., Westerman G., Bonnet D. (2014). Leading digital. Turning technology into business transformation. Harvard Business Review Press
- De la Peña J., Cabezas M. (2015). La gran oportunidad. Claves para liderar la transformación digital en las empresas y en la economía. Gestión 2000.
- Rosales P. (2010). Estrategia digital. Como usar las nuevas tecnologías mejor que la competencia. Deusto.