

 <b>UNIVERSIDAD SERGIO ARBOLEDA</b> Escuela de Publicidad Programa de Publicidad Internacional		<b>PROGRAMA MAESTRÍA EN PUBLICIDAD DIGITAL</b>
<b>FORMATO CONTENIDO PROGRAMÁTICO POSTGRADOS</b>		<b>NOMBRE ASIGNATURA:</b> Globalización y Negocios Digitales
		<b>CÓDIGO:</b> <b>CICLO No: 2</b>
<b>DOCENTE</b> <b>HORAS PRESENCIALES: 48</b>	<b>HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE: 144 HORAS TOTALES: 192</b>	<b>NÚMERO DE CRÉDITOS: 4</b>

<b>JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA</b>
<p>La asignatura desarrolla en el estudiante las habilidades gerenciales y de liderazgo para dirigir y desarrollar proyectos digitales y de comunicación comercial, teniendo en cuenta los diversos actores y factores económicos tanto locales como globales que se vinculan e influyen en una compañía u organización. El estudiante tendrá las herramientas que permitirán evaluar el impacto y la rentabilidad del ejercicio empresarial con miras a una exitosa ejecución y permanencia.</p>

<b>OBJETIVO DE LA ASIGNATURA</b>
<p>Identificar los factores económicos, políticos y sociales que influyen en el contexto de la innovación y de la tecnología en el ámbito empresarial de los negocios digitales a nivel mundial, para complementar en el estudiante las competencias idóneas en el desarrollo de proyectos digitales.</p>

<b>COMPETENCIAS QUE SE BUSCA DESARROLLAR EN LA UNIDAD DE ESTUDIO</b>
<p><b><u>Competencia Genéricas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Pensamiento crítico:</b> Evalúa diferentes perspectivas; Analiza un argumento y justifica una posición de acuerdo o desacuerdo frente a este; construye argumentos sólidos, con premisas explícitas y conclusiones que se desprenden lógicamente de las premisas.</li> <li>● <b>Entendimiento interpersonal:</b> Identifica fortalezas y limitaciones para el desenvolvimiento de las personas que resultan de sus actitudes y motivaciones; Comprende al otro y su demanda; Encuentra estrategias y aproximaciones para resolver situaciones conflictivas. Está abierto a nuevas ideas y enfoques.</li> </ul>

- **Pensamiento creativo:** Propone y desarrolla ideas originales. Propone situaciones o problemas nuevos o diferentes a los planteados. Plantea y propone planes de acción encaminados a obtener un resultado determinado. Encuentra perspectivas frente a una situación, o aproximaciones a un problema, nuevas, diferentes de las comúnmente aceptadas. Ser flexible para cambiar de opinión.
- **Inteligencia Emocional:** Desarrolla la capacidad de reconocer sus propias emociones y las de los demás. Lograr diferenciar entre varias emociones y poderlas clasificar correctamente. Usa información emocional para guiar el pensamiento y el comportamiento.
- **Juicio y Toma de decisiones:** Entiende que tomar decisiones es complejo pero necesario. Aplica la necesidad de priorizar las decisiones en función de su importancia. Identifica varias opciones de decisión para optar por una de ellas. Implementa en la toma de decisiones tanto procesos intuitivos como procesados o sustentados. Proporcionar metas y objetivos con directrices claras.
- **Comunicación:** Capaz de comunicar claramente sus expectativas en el marco de decisiones corporativas. Lee comprensivamente distintos tipos de textos, mediante la aplicación de estrategias comunicativas y lingüísticas específicas. Analiza y establece relaciones entre los distintos componentes de un texto y reconoce su intención comunicativa. Se expresa oralmente y elabora material escrito de diversos tipos (informe, ensayo, acta) con coherencia, claridad y precisión, reconociendo la intención comunicativa y el público al que va dirigido. Usa apropiadamente los formatos y códigos propios de la comunicación en diferentes contextos.
- **Comunicación en inglés:** Comprende los puntos principales de textos, en inglés estándar, en situaciones conocidas de trabajo, de estudio o de ocio. Sabe desenvolverse en la mayor parte de las situaciones cotidianas que pueden surgir al interactuar con personas que manejan el inglés. Produce textos sencillos y coherentes sobre temas que le son familiares o en los que tiene un interés personal. Describe experiencias, acontecimientos, deseos y aspiraciones, así como justifica brevemente sus opiniones o explica sus planes.
- **Manejo de la información:** Analiza y evalúa críticamente la información y sus fuentes. Selecciona la información requerida y la usa de manera eficiente para cumplir una tarea específica. Identifica información faltante o información no confiable al analizar una situación o problema. Identifica el impacto económico, legal y social que implica el uso de la información y la maneja de manera ética y responsable.
- **Trabajo en equipo:** Identifica los diferentes roles en un equipo de trabajo a partir de la dinámica presente en una situación. Analiza y propone estrategias de trabajo en equipo para enfrentar una situación o resolver conflictos en el grupo. Organiza el trabajo en equipo para producir resultados. Asume roles tanto de liderazgo como de soporte y apoyo en equipos de trabajo.

### **Competencias específicas**

Al finalizar el curso el estudiante tendrá las competencias para identificar factores económicos, políticos, sociales, entre otros, que influyen en el contexto de la innovación y de la tecnología en el ámbito empresarial de los negocios digitales.

- Detecta las oportunidades que presentan las innovaciones tecnológicas para incluirlas en una estrategia de negocio.
- Identifica los impactos del medio económico que puedan representar una amenaza en el desarrollo de proyectos digitales a corto plazo.
- Planifica estrategias comerciales que signifiquen rentabilidad dentro de un ecosistema digital.
- Propone planes de acción que mitiguen posibles riesgos económicos.

### **PLAN TEMÁTICO PREVISTO**

**Ecosistema digital y los negocios**  
**Tecnología, innovación e impacto económico**  
**La globalización y la política de los negocios**  
**Los negocios digitales**

### **SOPORTE BIBLIOGRÁFICO BÁSICO**

#### **Artículo:**

Moreno Moreno, Luis Ramón, Reseña: Bill Gates. Los negocios en la era digital . Región y Sociedad [en línea] 2000 , XII (julio-diciembre ) : [Fecha de consulta: 20 de junio de 2019] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10202010>> ISSN 1870-3925

Décaro, L. Soriano, M. Ocaña, M. (2017) Los modelos de negocios y las tecnologías de la información y la comunicación. Revista académica de investigación, Tlaxiaco. Editada por Eiumed. España. file:///Volumen/PUBLICIDAD/CONTENIDOS%20PROGRAMA%CC%81TICOS/GLOBALIZACION%20Y%20NEGOCIOS%20DIGITALES/Modelos%20de%20negocio%20y%20las%20tecnologias.pdf

### **ESTRATEGIA METODOLÓGICA**

**Cátedra presencial**, fundamentada en casos prácticos de estudio y análisis.

**Lecturas** de referencia previas.  
**Actividades experienciales, Empleo de simulaciones, casos de estudio e instrumentos de autoevaluación**  
**Talleres** en clase y/o fuera de ella, que permitan la aplicación práctica de los temas vistos.  
**Quiz** en clase para evaluar la comprensión de los temas

### SISTEMA DE EVALUACION DEL RENDIMIENTO ACADEMICO

Tipos de trabajos	Trabajos específicos	Porcentaje individual	Porcentaje general
Talleres y actividades de campo	Solución de casos	40%	
	Simulación y propuestas de ideación	20%	
Examen final	Proyecto final	40%	

**NOTA:** Las fechas de entrega de las actividades son las determinadas y acordadas en clase.

### PERFIL DOCENTE

Docente y profesional experto en el ámbito de la negociación y de los climas cambiantes de la globalización en el área empresarial.

### CONTROL DE CAMBIO

Fecha última actualización: junio 2019

Actualizado por: Director de la Maestría