

61763 - Tecnologías de la información y relaciones comerciales

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 61763 - Tecnologías de la información y relaciones comerciales

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 555 - Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Créditos: 3.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Objetivo: Estudiar el papel que las tecnologías de la información relacionadas con el marketing tienen en el desarrollo de las relaciones comerciales. Esta asignatura presenta aquellos factores que determinan la adopción de TIC y su empleo continuado. En concreto, se analizan tecnologías como CRM, Social CRM, Big Data e Inteligencia Artificial. Los contenidos abordan modelos conceptuales e aplicaciones empíricas que pretenden dar una visión global del comportamiento del usuario de tecnologías. Algunas de las teorías son el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), la Teoría de Comportamiento Planificado (TPB) o la Teoría de Ajuste Tecnología-Actividad (TTF).

La asignatura contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (5, 8, 10 y 9).

Requisitos: Haber cursado previamente los cursos obligatorios vinculados al Máster.

2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, superando esta asignatura, logrará los siguientes resultados:

- Valorar la importancia de las tecnologías de la información en la gestión de las relaciones comerciales.
- Identificar las principales variables relacionadas con la calidad de servicio de un sitio web.
- Definir en qué consiste la gestión electrónica de las relaciones con los clientes.
- Analizar e interpretar correctamente un modelo de adopción tecnológica.
- Definir y diseñar su propio modelo de comportamiento tecnológico, teniendo en cuenta las características del individuo y de la tecnología analizada.

3. Programa de la asignatura

Tema 1: CRM. Modelos de éxito y medidas de resultados

Tema 2: Social Commerce, Social-CRM y Redes Sociales

Tema 3: Big Data e inteligencia Artificial

Tema 4: Teorías de comportamiento basado en actitudes

Tema 5: Teorías de adopción y difusión de innovaciones y TIC

Tema 6: Modelos de aceptación tecnológica (TAM)

4. Actividades académicas

- Clase presencial y discusión de contenidos (20 horas; presencialidad 100%)
- Desarrollo y defensa de una propuesta/trabajo investigador (25 horas; presencialidad 16%)
- Elaboración, exposición, reflexión y debate de artículos de investigación (10 horas; presencialidad 40%)
- Análisis y estudio de los contenidos tratados (20 horas; presencialidad 10%).

5. Sistema de evaluación

1. Evaluación Continua:

E1: Análisis, comprensión teórica y metodológica de un artículo científico. Este artículo será presentado oralmente y discutido en clase. 20%.

E2: Comentario oral de un artículo científico presentado por sus compañeros. 10%.

E3: Búsqueda, presentación y discusión en clase de un artículo de prensa no científica en el que se recoja el impacto de algunos de los temas vistos en clase sobre la economía. 10%.

E4: Trabajo de investigación final. El estudiante elegirá entre una de estas dos propuestas. 60%.

E4.1: Búsqueda, análisis, comprensión teórica y metodológica, y relación con las teorías desarrolladas en artículos de investigación concernientes al temario de la asignatura.

E4.2.: Realización de un trabajo de investigación consistente en la búsqueda de información y análisis de casos reales relacionados con algunas de las tecnologías y variables vistas en la asignatura.

2. Evaluación Global: El estudiante que no opte por la evaluación continua, que no supere la asignatura mediante la evaluación continua, o que quiera mejorar su calificación, se presentará a una prueba global de 10 puntos. Esta prueba se realizará de manera escrita y tendrá lugar en las fechas indicadas en el calendario académico aprobado por la Facultad. El 50% de dicha prueba versará sobre todos los contenidos teóricos vistos en la asignatura, mientras que el 50% restante constará de preguntas relacionadas con los artículos trabajados a lo largo del curso. En segunda convocatoria el estudiante sólo podrá optar por la Evaluación Global.