



PROFESORA	Marcela Bazán
DEPARTAMENTO	Ciencias Económicas y Jurídicas
TÍTULO DEL SEMINARIO	Empresas Digitales
RESUMEN	<p>El seminario busca que los y las estudiantes puedan informarse y sentirse parte del cambio en los nuevos modelos de negocios como así también en las formas novedosas de consumo que generan estas empresas desde una perspectiva crítica.</p> <p>Experiencias digitales como Amazon, Mercado Libre, Alibaba revolucionaron la forma de la compra-venta al vencer las barreras geográficas, brindando comodidad, variedad y competitividad. Al mismo tiempo, las plataformas sociales como Facebook, Twitter, transformaron la forma de relacionarnos, consiguiendo la conectividad y comunicación instantánea.</p> <p>Este seminario propone un proyecto de investigación de tipo exploratorio que acerque a estudiantes al conocimiento de las empresas digitales actuales, a investigar sobre sus antecedentes, orígenes, historias de sus fundadores/as, como así mismo los formatos y desafíos que las caracterizan en un mundo atravesado por significativas transformaciones tecnológicas, económicas, laborales, culturales y sociales. Esperamos que la propuesta anime a reflexionar críticamente sobre los cambios en los diferentes contextos que favorecieron el surgimiento de las empresas digitales; colaborando de este modo en su formación, que las utilicen y valoren como posibles herramientas en su futura labor científica, profesional o económica.</p> <p>Como resultado buscamos que al finalizar el seminario hayan logrado reflexionar sobre cuáles son los diferentes ambientes que dieron origen a estas nuevas experiencias de negocios en crecimiento e identificar sus desafíos en el presente. Entre las propuestas de investigación se destacan las StartUps, empresas novedosas con posibilidad de crecimiento, como Rappi, Mercado Libre, Banca Digital, Marketplace, She Taxi, Airbn, Netflix entre otras.</p>
FUNDAMENTOS	<p>El seminario engloba contenidos propios de Administración y Economía desde una perspectiva diferente a la currícula; el enfoque se basa en la comprensión del avance de la tecnología como herramienta en las relaciones Empresa-Familia en un mundo globalizado y unido por las Tics.</p>



	<p>Los conceptos de Usuario, Marketplace, StartUp, E-Commerce, Digital, etc. serán incorporados para relacionarlos con el comercio electrónico.</p> <p>Las empresas serán estudiadas partiendo del análisis sobre su origen, causas o necesidades del entorno; analizando variables tecnológicas, demográficas económicas y, sobre todo, el cambio social.</p> <p>Este seminario brindará herramientas a los y las estudiantes para enfrentar algunos de los desafíos económicos del presente en la medida que el mundo laboral demanda puestos enriquecidos por un espíritu curioso, creativo y adaptable a los vertiginosos cambios del siglo XXI.</p> <p>Los contenidos ofrecidos por la escuela ya sea en los programas de cada departamento o en el formato Seminario se adaptan y se actualizan para brindar a los y las estudiantes habilidades y conocimientos necesarios para la toma de decisiones en esta era digital.</p>
OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none">● Adquirir curiosidad sobre el avance del negocio digital.● Introducir conceptos de modelos de negocios.● Analizar los nuevos formatos en las relaciones económicas en el mundo actual.● Desarrollar el pensamiento crítico en su entorno inmediato económico.● Reconocer la tecnología digital como herramienta para el crecimiento económico.● Comparar la forma tradicional del comercio con las nuevas propuestas del mercado.
CONTENIDOS	<ul style="list-style-type: none">● CONCEPTUALES: Digitalización- Star up- Modelos de Negocios- Relaciones comerciales - Tecnología- Contexto tecnológico- Contexto social- Necesidades del Usuario. E-Commerce.● PROCEDIMENTALES: Análisis de plataformas digitales que el adolescente utilice frecuentemente. Desarrollo del pensamiento crítico para la investigación de empresas digitales. Relacionar empresas digitales con las necesidades del usuario en los cambiantes contextos sociales. Investigación de plataformas digitales en el comercio, ciencia y educación. Descripción del perfil del cliente en las diferentes aplicaciones digitales



	<ul style="list-style-type: none">● ACTITUDINALES: Respeto a sus pares y docente en la exposición de trabajos. Interés en la investigación sobre los formatos digitales en las relaciones económicas. Actitud crítica, reflexiva ante las nuevas Star Up, la curiosidad como motor de búsqueda. Trabajo grupal como motor para la investigación y comprensión de Modelos de Negocios.
DESARROLLO DE ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none">● PRIMER ENCUENTRO PRESENCIAL:<ul style="list-style-type: none">● Presentación del seminario de forma oral a cargo de la docente y presentación de los estudiantes.● Diálogo sobre los aspectos que motivaron la participación en el seminario y organización en grupos de trabajo.● Explicación de la forma de trabajo.● Visualización de material audiovisual● Lectura de material bibliográfico introductorio.● Formulación de problemas e interrogantes de investigación a partir de consignas indicadas por la docente. puesta en común de lo trabajado en cada grupo.● Demostración en la plataforma Moodle de actividades pedagógicas para incorporar mediante el juego y videos elegidos el contenido propio del Seminario.● Indicación de tareas o actividades a realizar. <p>ACTIVIDADES NO PRESENCIALES:</p> <ul style="list-style-type: none">● Visualización del material sobre diferentes empresas digitales.● Lectura de ayuda para interpretar y lograr contenidos.● Apertura de foros para comentarios y consultas en Comunidades.● Actividades de tarea y juegos de Plataforma● Seguimiento sobre trabajo final de investigación● Clase virtual Sincrónica de consulta (no obligatoria) para el seguimiento de la interpretación del material expuesto y consulta para el Trabajo Final.



	<p>SEGUNDO ENCUENTRO PRESENCIAL:</p> <ul style="list-style-type: none">• Presentación oral y/o audiovisual de cada grupo de la empresa digital elegida.• Debate de pares.• Devolución oral a cargo de la docente.• Unificación de criterios para una conclusión final.• Bibliografía y/o Webgrafía consultada.• Valuación conceptual sobre la exposición.• Conclusiones sobre el contenido y los formatos de los diferentes Modelos de Negocios presentados
EVALUACIÓN	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad para expresar con claridad los resultados y conclusiones de la investigación en un trabajo conjunto.• Correcta expresión escrita y oral conforme al archivo presentado en plataforma.• Presentación en tiempo y forma de las actividades planificadas.• Conclusiones y entusiasmos personales sobre la investigación y el contenido del Seminario. <p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none">• Observación en encuentros presenciales• Participación en las actividades de Plataforma.• Respuestas a la comunicación interna.• Producción audiovisual, defensa oral de la investigación en el último encuentro y cumplimiento de plazo estipulado en la plataforma.
BIBLIOGRAFÍA WEBGRAFÍA	<p>Apunte de Administración I (Cuarto Año) Apunte de Seminario Aula 5174 Comunidades.</p> <p>Webgrafía: File:///C:/Users/Usuario/Downloads/CACE_Reporte_de_Talentos-2022.pdf</p>



	<p>https://about.netflix.com/es_es https://es.airbnb.org/about https://shetaxi.com.ar/</p> <p>Bibliografía docente Osterwalder A., Pigneur Y. "Generación de Modelos de Negocios" Osterwalder A., Pigneur Y, Bernarda G. y Smith A. "Diseñando la propuesta de valor".</p>
--	--