



E Management 2

IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Nombre del OVA o curso:	E Management II
Programa:	Administración de Empresas
Escritor:	Rose Mary Gómez Serna
Año y versión:	Año: 2015
Número de créditos:	3
Competencia global del curso:	Determinar las tecnologías de la información, TIC, como herramientas del E Management para dar a conocer y posicionar negocios en un mercado específico.

ESTRUCTURA

Elemento de competencia 1: identificar las necesidades de herramientas TIC para promocionar la organización.

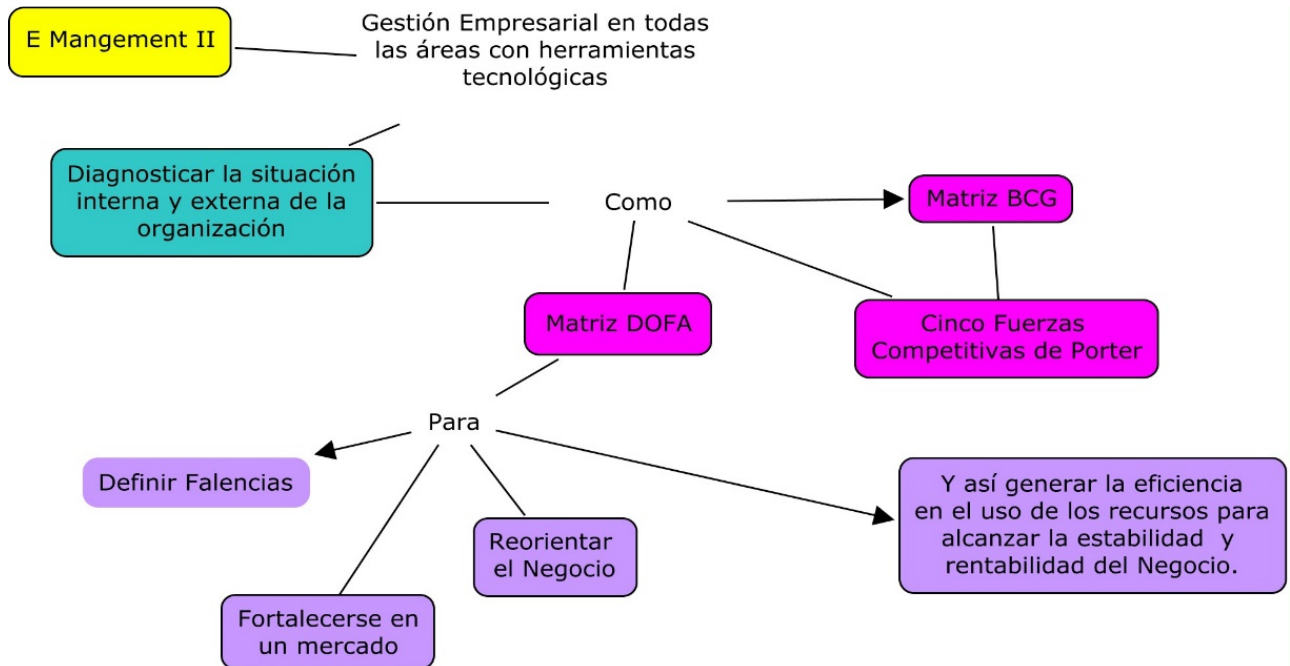
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Matriz DOFA: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.	3	9
Cinco Fuerzas Competitivas de Porter.	3	9
Matriz BCG	3	9
Concepción del profesional administrador manager de PYME.	2	6
Estrategias de aplicación digital al perfil profesional activo enfocado a proyectos PYME, uso de RSS, clasificación de publicaciones, monitoreo y análisis.	3	9
Posicionamiento, participación y análisis de PYME a través de Social Media: uso de Compete, Google Analytics, Piwik y Yahoo! Web Analytics.	3	9
Investigación de competencias digitales aplicadas.	2	6
TOTAL	19	57

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI: Trabajo independiente del estudiante.

Elemento de competencia 2: aplicar las herramientas management apropiadas para la organización.		
TEMAS	HORAS	
	AC	TI
Clasificación y selección de herramientas aplicadas al ámbito profesional en el contexto Pyme.	4	12
Creación proyecto Pyme.	5	15
CRM seguimiento a clientes.	4	12
Relación y uso de herramientas digitales aplicadas a proyectos de emprendimiento.	4	12
TOTAL	17	51

Nota: AC: Trabajo con acompañamiento docente. TI: Trabajo independiente del estudiante.

MAPA CONCEPTUAL



METODOLOGÍA

Las estrategias diseñadas para que los estudiantes logren las competencias propuestas en el presente curso se centran en técnicas didácticas como el estudio de casos, simulación de situaciones empresariales en donde el estudiante deba evaluar, elegir y proponer solución a la luz de los contenidos vistos para el logro de los objetivos que se persigan.

Otra técnica será el foro. En él, a partir de supuestos y realidades, se construirá análisis mediante trabajo colaborativo; además se realizarán actividades grupales e individuales en las que los estudiantes, para ejecutarlas, deberán recurrir a la investigación. Se fomentarán el trabajo en equipo, la investigación y el análisis continuo, para lo cual el estudiante deberá no solo seguir la lectura del material que se ofrece dentro del curso, sino la lectura de revistas especializadas y mantenerse actualizado en nuevos sistemas de información a nivel mundial.

JUSTIFICACIÓN

El moderno administrador de empresas ahora no solo requiere la acreditación conceptual, sino que también ha de reconocer la necesidad de adquirir nuevas competencias para gestionar con la ayuda de herramientas TIC dentro de las organizaciones, dar a conocer su negocio y promocionar sus productos y servicios.

Ya no basta con que la empresa posea sitio web y participe en las redes sociales, sino que, desde la misma organización, debe hacerse seguimiento a la variación de las nuevas necesidades de los clientes actuales y potenciales.

Debe, entonces, el profesional, identificar las necesidades que la empresa posee y luego seleccionar las herramientas del E Management adecuadas, según los objetivos del negocio. De esta manera obtendrá como resultado el mejoramiento en los niveles de posicionamiento en los mercados elegidos para estar presente, y que el consumidor reconozca los beneficios de los productos o servicios ofertados. Esto se evidenciará en el incremento en ventas.

El estudiante logrará adquirir competencias de trabajo en equipo, uso combinado de análisis de situaciones específicas con herramientas TIC para que la toma de decisiones se haga con la menor incertidumbre y los resultados sean los esperados para la organización o negocio; por ende, se requiere que esté al tanto del surgimiento de las necesidades de clientes internos y externos y de los avances en las herramientas E Management adecuadas para la promoción de las empresas.

EVALUACIÓN

Se hará seguimiento al desarrollo de las competencias que el curso propone mediante actividades de presentación, tanto grupal como individual, involucrando la autoevaluación, heteroevaluación y la coevaluación. Se pedirán informes escritos, análisis del entorno empresarial y la participación en los foros planteados.

Como fruto final, se entregará un proyecto de investigación de mercados con sus conclusiones y recomendaciones, evidenciando así la apropiación conceptual del contenido del curso y el análisis de la diferente información propuesta en foros y encuentros sincrónicos.

GLOSARIO

AdWord: es una plataforma de publicidad online de Google para configurar anuncios de pago en la que se pueden hacer campañas enfocadas al potencial público objetivo, teniendo en cuenta palabras clave. Le dejo un enlace a uno de nuestros tableros de Pinterest para saber más a través de [Infografías de SEM , Adwords y marketing en buscadores](#). Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

Afiliados: los afiliados son personas o empresas que mantienen entre sí una relación comercial de interés mutuo donde las dos partes obtienen algún tipo de beneficio. Suelen surgir este tipo de acuerdos entre empresas y sus proveedores o entre negocios independientes. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

Alcance viral: es una unidad de medida que calcula el número de personas que han visto una publicación a través de otros contactos. Mide la evolución y la repercusión de una publicación en cualquier tipo de formato. Redes sociales como Google Plus, por ejemplo, a través de los Ecos muestran el alcance viral de una publicación indicando cómo y qué personas han compartido un contenido. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

App: es una aplicación informática descargable, tanto en dispositivos móviles como en ordenadores, que desempeña una función útil y complementaria para el usuario. ¡Hay miles! Por ejemplo, algunas de las más usadas y que recomendamos en nuestro [curso de Community Manager](#) son Feedly, TweetDeck, Buffer, Pocket, Google Hangouts, Hootsuite, Mailchimp. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

Banner: es un elemento flotante de promoción o publicidad de productos o servicios que puede aparecer en la parte superior, inferior o lateral de la página. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

Comunidad online: conjunto de personas con presencia en medios digitales y redes sociales que comparten y dialogan en el entorno 2.0, generalmente, alrededor de una marca o temática. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

CRM: sigla que corresponde a "*Customer Relationship Management*" y es un tipo de plataforma por la cual una empresa gestiona todos sus contactos comerciales, sus vinculaciones en la web y redes sociales. Los CRM han pasado a ser una herramienta fundamental en los equipos de trabajo comerciales. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>

Email marketing: conjunto de estrategias que tienen como principal objetivo el contacto con clientes, la promoción e información de los productos y servicios de una marca a través del correo electrónico. En absoluto es un método anticuado, el email marketing sigue siendo una de las herramientas más útiles para aprovechar la base de datos y contactar con los clientes. Tomado de <http://aulacm.com/diccionario-community-manager/>