



MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET (4ª EDICIÓN)

1. DESCRIPCIÓN

Conocer la influencia de Internet en la economía y en la sociedad, es básico para posicionarse y adaptarse a los cambios que se producen en forma de oleadas. La presencia de esta red de redes, configura ya un **nuevo panorama económico** en el que la innovación es el motor principal de su actividad.

Existen **tres factores fundamentales que definen la innovación**:

- **La investigación y el desarrollo (I+D) tanto público como privado;**
- La **presencia de trabajo auto-programable**, es decir, puestos flexibles con un alto nivel educativo, capaces de auto-transformarse para incrementar la productividad;
- La **existencia de emprendedores** que generen expectativas reales de inversión para el capital riesgo y sean capaces de crear empresas innovadoras.

En este momento, lo que se hace es utilizar la red para hacer lo que ya se está haciendo de forma más efectiva, es decir, más rápida, más barata y con mejor calidad; pero, al mismo tiempo, se está acumulando un potencial de pensamiento y acción que modificará la economía y la sociedad en el futuro.

En este curso además se trabajarán las **habilidades sociales**, una habilidad social es una CAPACIDAD PERSONAL que se desarrolla en el seno de un grupo, para mejorarlo. Es efectiva cuando:

- Responde a objetivos concretos
- Mejora las relaciones
- Se desarrolla en un contexto de asertividad

Las habilidades sociales se desarrollan en contextos determinados. **COMO EL ENTORNO NO PUEDO CAMBIARLO, LO MÁS IMPORTANTE PARA DESARROLLAR HABILIDADES SOCIALES ES EL CRECIMIENTO PERSONAL.**

Embarcarse en la aventura del crecimiento personal significa admitir tres cosas fundamentales:

1. Que tenemos malos funcionamientos que hay que corregir
2. Que tenemos elementos esenciales en nuestras vidas que hay que cuidar
3. Que tenemos cosas positivas que hay que potenciar

2. OBJETIVOS

- Conocer la influencia de **Internet** en la economía y la sociedad.
- Conocer los **nuevos modelos de negocio** que operan en la red.
- Habilitarse para adaptar la empresa a Internet.
- Comprender los funcionamientos del **marketing en red**.
- Aprender a visualizar oportunidades de mejora personal, profesional y organizacional.

3. PROFESORADO: JAVIER REVUELTA BLANCO



Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Madrid, 1990) y Experto en Pedagogía de la Imagen.

Consultor y Evaluador en el Modelo Europeo de Calidad EFQM. 8 años de experiencia como formador y consultor en liderazgo y desarrollo directivo y organizacional. Proveedor de contenidos online.

Formador en Habilidades Sociales y Directivas, 1.500 horas de formación y más de 50 artículos publicados en revistas y periódicos de ámbito nacional y regional. Experiencia de dos años en la tutorización de alumnos online con la Escuela Europea de Negocios, en Clay Formación y en la Universidad de Salamanca.

Ha participado como conferenciante en diversos encuentros internacionales, y en varias publicaciones como coordinador y coautor, colaborando, entre otras instituciones, con: la UNESCO, la Agencia Europea para la Cultura, la Conferencia Mundial para Negocios Globales y Desarrollo Sostenido, BearingPoint, la Fundación Encuentro, EADA, o, la Escuela Europea de Negocios.

Director de dos cursos de verano en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, y, patrocinado por la Fundación Marcelino Botín, para el desarrollo de materiales educativos experimentales sobre Pedagogía de Imagen .presentados en el III Congreso Internacional EDUCARED.

En la actualidad, compagina su actividad formativa en instituciones españolas y latinoamericanas, con la consultoría. Desde diciembre de 2.000 dirige el Centro de Investigación en Gestión de Conocimiento. Su trabajo se centra en el desarrollo personal y profesional desde un punto de vista creativo, incidiendo en la importancia que tiene el estado anímico de las personas, para regular el flujo energético que sostienen la salud, el éxito y la felicidad.

4. FECHAS

INICIO	FIN
21/ 09/ 2010	21/ 12/ 2010

5. NÚMERO DE PLAZAS:

25 Plazas

6. DESTINATARIOS

Directivos y mandos intermedios con responsabilidades en la adaptación de las empresas a la nueva economía, emprendedores y personas interesadas en su desarrollo personal y profesional.

7. PRECIO

El precio del técnico es de 450 €

8. DURACIÓN

120 Horas

9. PROGRAMA COMPLETO DEL CURSO

Dirección intencional por objetivos

Módulo1. Condiciones previas para una dirección intencional

- 1.1. Visión
 - 1.1.1. Identificar una necesidad en el mercado
 - 1.1.2. Identificar una imperfección en el proceso competitivo
- 1.2. Misión
- 1.3. Operativa
- 1.4. La estrategia de la organización
 - 1.4.1. Visión global
 - 1.4.2. Atributos estratégicos
 - 1.4.2.1. Atributos internos
 - 1.4.2.2. Atributos externos
 - 1.4.3. Contextos de relación comunicativa
 - 1.4.4. Mirar hacia dentro
 - 1.4.4.1. Complejidad
 - 1.4.4.2. Estabilidad
 - 1.4.4.3. Funcionamiento
 - 1.4.5. Estrategia institucional, corporativa y de negocio
 - 1.4.6. La percepción del cambio por parte de la organización

Módulo 2. Objetivos de la dirección intencional

- 2.1. Definición de objetivo
- 2.2. El público objetivo
 - 2.2.1. Ámbito interno
 - 2.2.2. Ámbito externo
- 2.3. Tipología de objetivos
 - 2.3.1. Objetivos internos

- 2.3.1.1. Reducir incertidumbre y ganar en cohesión
- 2.3.1.2. Capacitar para adaptarse a las tendencias del entorno
- 2.3.1.3. Descubrir y desarrollar potenciales ocultos
- 2.3.2. Objetivos externos
 - 2.3.2.1. Proyectar una imagen coherente y organizada
 - 2.3.2.2. Diferenciarse de la competencia
 - 2.3.2.3. Hacerse querer

Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales (o a modo de síntesis)

Internet y la nueva economía

Módulo 1. Internet como fenómeno de comunicación

Módulo 2. Breve historia de internet

- 2.1. La cultura hacker
- 2.2. Las comunidades virtuales
- 2.3. Los emprendedores

Módulo 3. La nueva economía: mito o realidad

- 3.1. La economía financiera
- 3.2. La empresa en internet
 - 3.2.1. La cultura empresarial
 - 3.2.1.1. La gestión del conocimiento
 - 3.2.1.2. La operativa empresarial
 - 3.2.1.3. El área comercial
- 3.3. Modelos de negocio en internet
 - 3.3.1. De la conectividad a la programabilidad
 - 3.3.2. Transparencia cultural
 - 3.3.3. Gestionar relaciones
- 3.4. Los participantes en la red de redes
 - 3.4.1. Clientes y consumidores
 - 3.4.2. Proveedores de interface o de contexto
 - 3.4.2.1. Subastas o freemarkets
 - 3.4.2.2. Agregaciones
 - 3.4.2.3. Cadenas de valor
 - 3.4.2.4. Alianzas
 - 3.4.2.5. Redes distributivas
 - 3.4.3. Proveedores de aplicaciones
 - 3.4.4. Proveedores de contenido
- 3.5. Recursos humanos, estrategia y planificación
- 3.6. El comercio electrónico
- 3.7. El marketing en red
 - 3.7.1. La atención al cliente
 - 3.7.1.1. El marketing de interrupción

Internet: la sociedad red

Módulo 1. La sociedad red

- 1.1. El individualismo en red
 - 1.1.1. El informacionalismo
 - 1.1.2. Un nuevo orden social
 - 1.1.3. El cibernauta
- 1.2. El papel de las ciudades: nuevos territorios
 - 1.2.1. Las redes ciudadanas
- 1.3. La transformación del trabajo
 - 1.3.1. El trabajo autoprogramable
- 1.4. El papel de las instituciones públicas
 - 1.4.1. El gobierno electrónico: la democracia activa
 - 1.4.2. La innovación: pilar del desarrollo
 - 1.4.3. La intimidad en Internet: una entelequia

Módulo 2. La educación

- 2.1. La sociedad del aprendizaje
 - 2.1.1. La ciudad educativa
 - 2.1.2. La formación informacional
- 2.2. El sistema educativo
 - 2.2.1. Características principales del cambio educativo
 - 2.2.2. Una nueva panorámica
 - 2.2.3. La educación tecnológica

Módulo 3. Internet: ¿hacia dónde?

Módulo 4. Enseñanzas comunicacionales

Desarrollo personal

Módulo 1. Definición de desarrollo personal

- 1.1. La sanación
 - 1.1.1. El análisis de las sensaciones
- 1.2. La reeducación
- 1.3. La revitalización o crecimiento en valores

Módulo 2. Principios de salud

- 2.1. El proceso energético de la salud
- 2.2. El estrés
- 2.3. La salud en el nivel físico
 - 2.3.1. Desintoxicación
 - 2.3.2. Nutrición adecuada
- 2.4. La salud en el nivel emocional
 - 2.4.1. Aceptar emociones propias
 - 2.4.2. Expresar emociones a los demás
 - 2.4.3. Emociones en cuatro dimensiones

- 2.5. La salud en el nivel mental
 - 2.5.1. Dos principios fundamentales
 - 2.5.2. Tres instancias principales
- 2.6. La salud en el nivel relacional
- 2.7. La salud en el nivel espiritual

Módulo 3. Enseñanzas comunicacionales

Módulo 4. Referencias

10. METODOLOGÍA

Todos nuestros cursos se basan en una metodología encaminada a favorecer un aprendizaje autónomo e interactivo, en la que nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica (“Learning by doing”). Por ello, favorecemos el aprendizaje colaborativo, fomentando la interactividad entre los propios estudiantes y de estos con el equipo docente.

En nuestros programas formativos **el alumno es el verdadero protagonista** y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Nuestros estudiantes encuentran en sus aulas virtuales todo lo que necesitan para seguir de una forma óptima los cursos: tablón de anuncios, programa del curso, fichas de aprendizaje, material de apoyo, espacios para consultas y reflexión, etc.

Todos estos materiales educativos son desarrollados por un equipo de expertos y pedagogos de acuerdo a una planificación metodológica exhaustiva. Los usuarios disponen de fichas de contenido multimedia, simulaciones, demostraciones, visitas web guiadas, y un gran abanico de actividades que refuerzan su aprendizaje.

Para llevar a cabo esta tarea, nuestro campus, cuenta con una serie de **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, wikis, mensajería interna, correo electrónico, etc.

11. EVALUACIÓN

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de ejercicios prácticos que se puntuarán de 0 a 10. Para superar el curso, el alumno deberá realizar todos los ejercicios propuestos obteniendo una calificación mínima de 5 en cada uno de ellos. En el caso de que no se alcance la nota deseada, el alumno podrá reenviar el ejercicio tantas veces como considere oportuno hasta lograr su objetivo.

12. CERTIFICACIÓN

A la finalización de este curso el alumno recibirá un certificado emitido por la Universidad de Salamanca y la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, que garantiza que el mismo se ha desarrollado bajo principios de solidez metodológica, excelencia científica y reconocido prestigio de los expertos, tutores y autores de contenido.

13. CALIDAD

El Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez es una entidad registrada en AENOR (ER.1052/2007) y certificada por la norma ISO 9001:2000

14. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Puede realizar la preinscripción en el curso a través del Campus Virtual de e-lectiva.

Para ello haga clic en el siguiente enlace:

[Formulario de preinscripción del curso](#)

y, posteriormente, rellene el formulario al que será remitido. La preinscripción no le compromete a nada. Para confirmar su plaza deberá hacer efectivo el pago del curso.

15. CONTACTO

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

e-Lectiva Directo (España): **902 11 26 81**

International Calling: **(34) 923 19 73 30**

Fax: **923 54 14 12**

Mediante el correo electrónico: cursos@e-lectiva.com