

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	E-Business y su Integración con los Sistemas Corporativos de Gestión		
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Diseño, Gestión y Dirección de Proyectos		
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatorio		
ECTS:	3		
CURSO:	Segundo		
SEMESTRE:	Segundo		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano		
PROFESORADO:	Matías Ariel Mazzetto		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	matias.mazzetto@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
• Visión organizacional de la integración: suministros, clientes y sistemas • Cadena de valor • Ejemplos de integración de cadenas de suministro • Visión tecnológica de la integración: aspectos conceptuales de integración e-business • Importancia de e-business • Cambio organizacional • Estrategia del negocio • Sistemas de planificación empresarial (ERP) • Integración en la gestión de la información

- Selección del proveedor
- Gestión de recursos humanos en la era digital
- La gestión de la tecnología en la gestión del recurso humano
- Gestión de las relaciones de proveedores (SCM)
- La gestión de la cadena de suministros
- Gestión de relaciones de los clientes (CRM)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Analizar los sistemas de gestión de la empresa moderna SCM, ERP y CRM basada en TIC, en el contexto de la dirección de proyectos.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno llevará a cabo las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas:		Horas:
Actividades supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	6
	Actividades de foro	11.25
	Corrección de actividades	2.25
	Tutorías (individual- en grupo)	6
Actividades autónomas	Preparación de actividades de foro	11.25
	Estudio personal y lecturas	18.75
	Elaboración de trabajos (individual/en grupo)	15
	Realización de actividades de autoevaluación	2.25
Actividades de evaluación	Examen	2.25

El día de inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Resolución de un caso práctico.	40%
Examen final	60%

Para más información, consúltase [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación	Ponderación
Resolución de un caso práctico.	40%
Examen final	60%

Para más información, consúltese [aquí](#).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas en orden de importancia:

- [1] Fernandes, R. (2018). e-Business y su Integración con los Sistemas Corporativos de Gestión. Material de estudio de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

- [1] De León, C. H., & Gutiérrez, L. (2025). Criterios principales para la elección entre un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM) o un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) para mipymes en Latinoamérica. *Revista Espacios*, 46(4), 163-171. <https://doi.org/10.48082/espacios-a25v46n04p16>
- [2] García-Molina, J., & Pérez, L. (2021). *Integración de ERP, CRM y SCM en la empresa digital: oportunidades y retos*. *Revista de Sistemas de Información Empresarial*, 12(3), 45-68. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/XXXXXX>
- [3] Pavón González, Y., Puente Baró, L., Infante Abreu, M., & Blanco González, J. (2018). Experiencia de trabajo para la configuración del ERP Odoo en pequeños negocios. Caso de éxito en TostoneT. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 26 (3), 514-527.
- [4] Peña, A., Mejía, J. P., & Valencia, J. A. (2016). Necesidades percibidas por los clientes de un sistema CRM en empresas de compra online. *Maskana*, 65(Supl.).
- [5] Pinto, S. M., Ramírez, P. E., & Grandón, E. E. (2017). Antecedentes del Éxito de los Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales en las Grandes Empresas Chilenas: un Modelo Factorial Exploratorio. *Información tecnológica*, 28 (3), 139-146.
- [6] Ruiz, M., & Torres, A. (2022). *El papel del cambio organizacional en la implantación de sistemas ERP en entornos e-business*. *Revista Iberoamericana de Tecnología y Gestión*, 8(2), 112-135. Recuperado de <https://revistas.iberogestión.es/articulo/2022/xxxxxx>

- [7] Vega, R., & Martínez, J. (2023). *Estrategias de selección de proveedores en ecosistemas digitales con ERP y SCM integrados*. Revista de Logística y Comercio Electrónico, 5(1), 55-78. Recuperado de <https://ejemplo.universitario.edu/articulo/2023/xxxxx>
- [8] Zambrano Martínez, A., & Ortega Gómez, P. (2023). Las Mipymes y el comercio electrónico en México. *TELCHAK*, 13(24), e788. <https://doi.org/10.32870/pk.a13n24.788>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.