



DEPARTAMENTO DE INGENIERIA INDUSTRIAL

FACULTAD DE CIENCIAS FISICAS Y MATEMATICAS
UNIVERSIDAD DE CHILE

IN 635 ESTRATEGIAS DE INTERNET: ENFOQUE COMERCIAL

10 U.D.

REQUISITOS : IN58A
CARÁCTER : Electivo de la Carrera Ingeniería Civil Industrial
PROFESOR : Luis Felipe Troncoso
SEMESTRE : PRIMAVERA 2002

OBJETIVOS:

Entregar a los alumnos conceptos y herramientas para analizar modelos de negocios basados en Internet y desarrollar estrategias de marketing de una manera formal y estructurada.

Al finalizar el curso, el alumno deberá ser capaz de:

- Analizar y decidir sobre la viabilidad de modelos de negocios para Internet.
- Decidir sobre estrategias de marketing para modelos de negocios que utilicen Internet como plataforma de desarrollo.

CONTENIDOS:

I.	Introducción	1 clase
II.	Análisis de Internet como plataforma de negocios	2 clases
III.	Oportunidades de mercado para Internet	2 clases
IV.	Modelos de negocios en Internet	3 clases
V.	Decisiones de marketing para Internet	5 clases
VI.	Decisiones de organización para Internet	1 clase
VII.	Presentaciones alumnos	2 clases

ACTIVIDADES:

1. Casos: Los alumnos deberán preparar al menos 3 casos durante el semestre, los cuales se controlarán a través de la participación en clases
2. Lecturas: Para cada clase habrá lecturas obligatorias y recomendadas, extraídas de artículos de actualidad y capítulos de libros especializados.
3. Visitas: Durante el semestre se invitará a ejecutivos de distintas empresas nacionales para que compartan su visión y experiencia respecto a temas específicos del curso.

EVALUACION:

Controles (C): Se realizará un control a mediados del curso donde se medirán los conceptos teóricos estudiados y su aplicación a un caso práctico.

Controles de lectura personal (CTP): Se realizarán controles cortos sobre las lecturas y casos exigidos.

Proyecto práctico (PP) Los alumnos deberán desarrollar en grupos un proyecto práctico donde podrán aplicación de los conceptos estudiados a un caso real.

Participación en clase (PC): Se medirá la participación del alumno en las discusiones que se generen en torno a la materia tratada.

La nota final se calculará como:

$$NF = 0.5*PP + 0.3*PC + 0.2*C$$

Con:

$$CTP \geq 4.0$$

BIBLIOGRAFÍA:

Se seleccionarán capítulos para lectura obligatoria y recomendada de los siguientes textos:

e-Commerce; Jeffrey Rayport, Bernard Jaworsky
Information Rules; Carl Shapiro, Hal Varian
Blown to Bits; Philip Evans, Thomas Wurster
Strategic Market Management; David Aaker
Inside the Tornado; Geoffrey Moore
Crossing the Chasm; Geoffrey Moore
The Loyalty Effect; Frederick Reichheld
Digital Darwinism; Evan Schwartz
Clicks and Mortar; David Pottruck, Terry Pearce

Adicionalmente, se seleccionarán artículos de actualidad de revistas, diarios y sitios web especializados.