Universidad Europea

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Comercio electrónico y nuevas tecnologías
Titulación	Máster Universitario en Negocios Digitales
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial y a distancia
Semestre	S2
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	Antonio Salas Fuentevilla

2. PRESENTACIÓN

En el Máster Universitario en Negocios Digitales, este módulo nos permitirá conocer los factores claves relacionados con el comercio electrónico y todos los procesos de negocio omnicanal relacionados con la captación de clientes, la venta propiamente dicha, la atención postventa al cliente, así como su fidelización.

En el contexto actual de la economía, el proceso de transformación digital de las empresas ha venido condicionado, en buena medida, por una estrategia sólida para realizar la venta de productos y servicios por Internet. La reciente pandemia no ha hecho más que acelerar estos procesos transformacionales, que han pasado a constituir un factor clave de la supervivencia de buena parte del tejido empresarial.

A lo largo del módulo cubriremos aspectos relacionados con la estrategia digital que es precisa para lanzar un negocio basado en el correo electrónico y cómo afecta la multicanalidad en entender los distintos itinerarios de cliente que éste es capaz de tomar. Igualmente abordaremos las diferentes tecnologías y arquitecturas que sustentan cualquier negocio online y las características que pueden condicionar el éxito de un proyecto, tales como el catálogo, la logística o incluso el marco regulatorio de aplicación.

Se trata de un módulo eminentemente práctico que permitirá al alumno validar los conceptos aprendidos, de forma rápida, mediante la propia experimentación en la multiplicidad de referencias existentes en el mercado.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
- CB5. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales:

- CG2. Analizar y evaluar teorías, resultados y desarrollos en el ámbito de los negocios digitales, formulando juicios precisos y pertinentes, con una reflexión sobre la responsabilidad social o ética derivada.
- CG5. Aplicar, analizar y discriminar los recursos tecnológicos con diferentes fines, objetivos y aplicabilidades en el contexto de los negocios digitales.

Competencias transversales:

- CT1. Creatividad. Crear ideas nuevas y conceptos a partir de ideas y conceptos conocidos, llegando a conclusiones o resolviendo problemas, retos y situaciones de una forma original.
- CT3. Competencia digital. Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación y el aprendizaje.
- CT5. Trabajo en equipo. Cooperar con otros en la consecución de un objetivo compartido, participando de manera activa, empática y ejerciendo la escucha activa y el respeto a todos los integrantes

Competencias específicas:

- CE9. Diseñar un plan de relación comercial óptima con cada uno de los canales de distribución que forman parte de la cadena de valor de los productos o servicios de una empresa.
- CE11. Diseñar una estrategia digital coherente con todos y cada uno de los aspectos legales del nuevo entorno digital.
- CE12. Emplear herramientas de análisis complejas para gestionar grandes datos con el fin de predecir, hacer simulaciones y optimizaciones, o testar resultados.

Resultados de aprendizaje:

- Conocer y manejar las principales plataformas de comercio electrónico
- Planificar una estrategia de comercio electrónico de acuerdo con las necesidades de la empresa
- Conocer y manager las principales tecnologías asociadas al comercio electrónico
- Identificar las métricas de negocio principales del negocio digital y su optimización
- Conocer las principales estrategias de crecimiento de un comercio electrónico
- Familiarizarse con la integración transversal del ecommerce con otras soluciones de la empresa

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB2, CT1	Conocer las principales plataformas de comercio electrónico

CB2, CB5 CG2 CT7	Planificar una estrategia de comercio electrónico de acuerdo con las necesidades de la empresa
CB2 CT1, CT7 CE12	Conocer y manager las principales tecnologías asociadas al comercio electrónico
CB2, CB5 CG5 CT1, CT3 CE12	Identificar las métricas de negocio principales del negocio digital y su optimización
CB2, CB3 CG2, CG5 CE12	Conocer las principales estrategias de crecimiento de un comercio electrónico
CB2, CB5 CG5 CT1, CT7 CE12	Familiarizarse con la integración transversal del ecommerce con otras soluciones de la empresa

4. CONTENIDOS

- Los nuevos canales de e-commerce
- Creación de una tienda virtual paso a paso
- Nuevos modelos de gestión del stock en el almacén
- Plataformas de gestión logística, delivery y servicio post venta
- Nuevas pasarelas de pago digital
- Las plataformas y tecnologías de contact center

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral/ web conference
- Método del caso
- Aprendizaje basado en investigación y proyectos
- Entornos de simulación
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad presencial)	10
Clases de aplicación práctica (modalidad presencial)	20
Análisis de casos (modalidad presencial)	8
Elaboración de informes y escritos (modalidad presencial)	14
Investigaciones y proyectos (modalidad presencial)	18
Debates y coloquios (modalidad presencial)	10
Tutoría virtual (modalidad presencial)	18
Pruebas de conocimiento (modalidad presencial)	2
Trabajo autónomo	50
TOTAL	**150**

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad a distancia)	8
Clases virtuales (síncrona) (modalidad a distancia)	22
Análisis de casos (modalidad a distancia)	10
Elaboración de informes y escritos (modalidad a distancia)	16
Investigaciones y proyectos (modalidad a distancia)	13
Actividades en talleres/ laboratorios virtuales (MyLabs - entornos de simulación) (modalidad a distancia)	3
Estudios de contenidos y documentación complementaria (modalidad a distancia)	50
Foro virtual (modalidad a distancia)	8
Tutoría virtual (modalidad a distancia	18
Pruebas presenciales de conocimiento (modalidad a distancia)	2
TOTAL	**150**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento (modalidad presencial)	60
Informes y escritos (modalidad presencial)	5-10
Caso/problema (modalidad presencial)	5-15
Investigaciones y proyectos (modalidad presencial)	5-10
Cuaderno de prácticas de laboratorio (modalidad presencial)	10-20

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas semipresenciales de conocimiento (modalidad a distancia)	60
Informes y escritos (modalidad a distancia)	5-10
Caso/problema (modalidad a distancia)	5-15
Investigaciones y proyectos (modalidad a distancia)	5-10
Cuaderno de prácticas de laboratorio (modalidad a distancia)	10-20

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Modalidad Presencial:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Los nuevos canales ecommerce	Semana 2-3
Actividad 2: Creación de una tienda virtual paso a paso	Semana 4
Actividad 3: Nuevos modelos de gestión del stock en el almacén	Semana 7
Actividad 4: Plataformas de gestión logística, delivery y servicio postventa	Semana 9
Actividad 5: Nuevas pasarelas de pago digitalInnovación incremental, evolutiva y disruptiva	Semana 10
Actividad 6: Las plataformas y tecnologías de contact center	Semana 11-12

Modalidad online:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1: Los nuevos canales ecommerce	Semana 2-3
Actividad 2: Creación de una tienda virtual paso a paso	Semana 4
Actividad 3: Nuevos modelos de gestión del stock en el almacén	Semana 7
Actividad 4: Plataformas de gestión logística, delivery y servicio postventa	Semana 9
Actividad 5: Nuevas pasarelas de pago digitalInnovación incremental, evolutiva y disruptiva	Semana 10
Actividad 6: Las plataformas y tecnologías de contact center	Semana 11-12

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Kasey, R. (2021). Dropshiping y shopify: Una guía paso a paso para principiantes sobre cómo iniciar su negocio de comercio electrónico y ganar dinero en línea
- Galloway, S. (2018). The Hidden DNA of Amazon, Google, Facebook and Apple
- Kahneman, D (2013): Pensar rápido, pensar despacio.
- Hubspot, Inbound Marketing: https://www.hubspot.com
- Mobile Transaction: https://es.mobiletransaction.org
- Shopify: http://www.shopify.com
- Brainsins: http://www.brainsins.com
- Digitalegia: http://digitalegia.com
- Ecommerce news: http://ecommercenews.com
- Marketing 4 e-commerce: http://www.marketing4e-commerce.net
- Merca 2.0: http://merca20.com
- My choice 2 pay: https://www.mychoice2pay.com
- Portal ley: http://portaley.com
- Ingenio Virtual: https://ingeniovirtual.com/los-aspectos-legales-del-comercio-electronico/
- Escuela de Marketing: https://escuela.marketingandweb.es/formatos-publicidad-digital-tipos/
- Google: http://ads.google.com

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.