

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Modelos de negocios digitales / E-Commerce
<b>Titulación</b>	Grado en Publicidad
<b>Escuela/ Facultad</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	4
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Optativa
<b>Idioma/s</b>	Castellano e inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	7
<b>Curso académico</b>	2024-2025
<b>Docente coordinador</b>	Diego Bravo de Urquía
<b>Docente</b>	Diego Bravo de Urquía

## 2. PRESENTACIÓN

Hoy en día, la gran mayoría de los negocios combinan el aspecto digital con el del mundo físico, cuando no son enteramente digitales (hay algunos negocios en nuestra sociedad que siguen siendo enteramente "offline", pero son cada vez menos).

Esta asignatura explora los conceptos básicos del comercio electrónico y su integración y efectos en los planes de marketing, centrándose en tres áreas clave: estrategia, tecnología e implementación y práctica.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- CB2. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

**Competencias transversales:**

- CT1. Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- CT2. Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT3. Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT4. Comunicación escrita / Comunicación oral: Capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT5. Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT8. Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.
- CT9. Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global.

**Competencias específicas:**

- CE14. Capacidad para reconocer el papel que juegan las nuevas tecnologías en la sociedad global y cómo la publicidad lo utiliza para llegar al consumidor
- CE15. Capacidad para producir soluciones creativas a las nuevas necesidades del consumidor
- CE16. Capacidad para reconocer los distintos modelos de negocio digitales y proponer soluciones en cada uno de los mercados virtuales.

**Resultados de aprendizaje:**

- RA1. El alumno entenderá las peculiaridades del entorno e-commerce.
- RA2. El alumno propondrá acciones en los diferentes mercados on line.
- RA3. Manejará los actores, la legalidad y la seguridad en el comercio electrónico.

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
CB3, CT2, CT4, CT5, CT9, CE16	RA1. El alumno entenderá las peculiaridades del entorno e-commerce.
CB2, CT3, CT4, CT5, CT8, CE15, CE16	RA2. El alumno propondrá acciones en los diferentes mercados on line.
CB3, CB5, CT1, CE14, CE16	RA3. Manejará los actores, la legalidad y la seguridad en el comercio electrónico.

## 4. CONTENIDOS

### Contenido:

- Actores principales del negocio on line
- Modelos de negocio
- Seguridad, legalidad y entorno virtual
- Acciones promocionales en los entornos virtuales
- Técnicas de comunicación propias en el entorno virtual
- Categorías de comercio electrónico
- Ventajas e inconvenientes de la desintermediación y la nueva cadena de valor

## 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 cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Entornos de simulación

## 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:

Actividad formativa	Número de horas
Tutorías grupales	10
Lecciones magistrales	28
Clases magistrales asíncronas	12
Debates y coloquios	15
Análisis de casos	20
Resolución de problemas	20
Exposiciones orales de trabajos	10
Elaboración de informes y escritos	10
Trabajo autónomo	25
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

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

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	40% - 50%
Exposiciones orales	10% - 20%
Informes y escritos	10% - 20%
Caso/problema	20% - 30%
Observación del desempeño	10% - 20%

Cuando accedas a la asignatura el Campus Virtual, 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 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

### 7.2. 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 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de 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 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.

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

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	noviembre de 2024 y enero de 2025
Exposiciones orales	enero de 2025
Informes y escritos	octubre, diciembre y enero de 2024
Observación del desempeño	de septiembre de 2024 a enero de 2025

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Carr: The Shallows.
- Chaffey: E-Business and E-Commerce Management.
- Daniel: E-commerce Get It Right!.
- Larsson: E-Commerce Evolved, BuildGrowScale.
- Ryan: Understanding Digital Marketing; Marketing strategies for engaging the digital generation.
- Gutiérrez-Ravé: Diccionario de eMarketing e Internet Business de la 'A' a la 'Z'.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribir a:  
orientacioneducativa@universidadeuropea.es

## **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.