

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Comercio electrónico / E-Commerce
Titulación	Marketing
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	3
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Español e Inglés
Modalidad	Presencial
Semestre	5
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	Diego Bravo de Urquía
Docente	Diego Bravo de Urquía

2. PRESENTACIÓN

Esta es una asignatura del curso 3º en el Grado en Marketing en la Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación.

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. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

- CON03. Interpretar datos económicos y de mercado, determinando la relevancia de la información y sus posibles aplicaciones para la toma de decisiones y la extracción de conclusiones
- CON05. Reconocer las diferentes plataformas digitales relacionadas con el emprendimiento digital y el comercio electrónico, la comunicación online, nuevos entornos digitales y redes sociales, así como los nuevos sistemas de relación con clientes (CRM).

Habilidades

- HAB01. Manejar las herramientas que utilizarán en su incorporación al mundo laboral en el área del marketing digital, investigación de mercados y análisis de datos.
- HAB06. Utilizar las tecnologías de la información y de la comunicación para la búsqueda y análisis de datos, la investigación, la comunicación y el aprendizaje.

Competencias

- CP06. Manejar las tecnologías adecuadas en cada actividad del marketing, distinguiendo el papel que juegan las nuevas tecnologías en la sociedad global, y como el marketing lo utiliza para llegar al consumidor.

4. CONTENIDOS

- Introducción al comercio electrónico.
- Tecnologías para el desarrollo de comercio electrónico.
- Elementos fundamentales de una tienda online.
- Marketing, venta multicanal y logística de un comercio electrónico.
- Aspectos legales del comercio electrónico.
- Creación de una tienda online: casos prácticos.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral
- Método del caso.
- Aprendizaje basado en proyectos.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller
- 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:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	12
Seminarios de aplicación práctica	18
Análisis de casos	16
Elaboración de informes y escritos	14
Investigaciones y proyectos	20
Trabajo autónomo	60
Actividades en talleres y/o laboratorios	8
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150

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 de evaluación presenciales	40% - 50%
Informes y escritos	10% - 20%
Caso/problema	10% - 20%
Investigaciones/proyectos	10% - 20%
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	10%

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

Actividades evaluables	Fecha
Pruebas de evaluación presenciales	enero de 2026
Informes y escritos	octubre y diciembre de 2025
Caso/problema	octubre y diciembre de 2025
Investigaciones/proyectos	noviembre de 2025
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	de septiembre a diciembre de 2025

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:

- 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 escribirnos 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.