

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Comercio Electrónico / e-Commerce
Titulación	Grado en Marketing
Escuela/ Facultad	Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	3
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Español
Modalidad	Online
Semestre	1
Curso académico	2023-2024
Docente coordinador	Diego Bravo de Urquía
Docente	Isabel García Casado

2. PRESENTACIÓN

Esta es una asignatura del tercer año en el Grado en Marketing en la Facultad de Ciencias Sociales 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. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- **CB01. Conocimientos en un área de estudio** que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

Competencias transversales:

- **CT18. Utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC):** Capacidad para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta para la búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información, así como para el desarrollo de habilidades comunicativas.

Competencias específicas:

- **CE04. Capacidad para identificar y evaluar las necesidades de los consumidores**, para poder diseñar procedimientos, crear productos y soluciones con los que canalizar la demanda hacia la oferta de las marcas.
- **CE22. Ser riguroso en la justificación de las propuestas de marketing**, basándose en datos objetivos y evitando la subjetividad y el sesgo..

Resultados de aprendizaje:

- RA1. **Tendrá el conocimiento básico de esta disciplina** nacida a remolque de las redes de comunicación y las claves conceptuales y pragmáticas esenciales del comercio electrónico.
- RA2. **Podrá analizar los múltiples factores internos** que intervienen en el proceso: bases de datos, sistemas de pago, productos en apoyo digital, comportamiento social, ...
- RA3. **Sabrán identificar los diferentes sistemas que componen una arquitectura de e-commerce**, así como las diferentes modalidades de e-commerce, en función de los participantes.
- RA4. **Podrá aplicar los conceptos de seguridad** de la información y las técnicas que hay, para lograrlos en los diferentes ámbitos del comercio electrónico.
- RA5. **Habrán comprendido la importancia de las bases de datos** como repositorio de toda la información que gestiona una empresa en la en torno a la e-commerce.
- RA6. **Será capaz de identificar los dos grandes tipos de información** utilizada en las aplicaciones de comercio electrónico: la que hace referencia a la operativa de ventas de la empresa, y la que es útil para la toma de decisiones.
- RA7. **Conocerá diferentes sistemas de pago electrónico** que hay y saber cuáles son sus propiedades más importantes.

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
CB01	RA. Tendrá el conocimiento básico de esta disciplina nacida a remolque de las redes de comunicación y las claves conceptuales y pragmáticas esenciales del comercio electrónico.
CB01; CT18	RA2. Podrá analizar los múltiples factores internos que intervienen en el proceso: bases de datos, sistemas de pago, productos en apoyo digital, comportamiento social, ...
CB01; CT18	RA3. Sabrán identificar los diferentes sistemas que componen una arquitectura de e-commerce, así como las diferentes modalidades de e-commerce, en función de los participantes.
CB01; CT18; CE04; CE22	RA4. Podrá aplicar los conceptos de seguridad de la información y las técnicas que hay, para lograrlos en los diferentes ámbitos del comercio electrónico.
CB01; CT18	RA5. Habrán comprendido la importancia de las bases de datos como repositorio de toda la información que gestiona una empresa en la en torno a la e-commerce.
CB01; CE04; CE22	RA6. Será capaz de identificar los dos grandes tipos de información utilizada en las aplicaciones de comercio electrónico: la que hace referencia a la operativa de ventas de la empresa, y la que es útil para la toma de decisiones.
CB01; CT18; CE04	RA7. Conocerá diferentes sistemas de pago electrónico que hay y saber cuáles son sus propiedades más importantes.

4. CONTENIDOS

Contenido:

- Introducción al comercio electrónico
- Seguridad en el comercio electrónico
- Gestión de la información
- Sistemas de pago electrónico
- Sistemas de protección del copyright electrónico

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 cooperativo.

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 online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10
Lectura de temas y consulta de recursos complementarios	20
Actividades de aplicación individuales: problemas, casos, proyectos	30
Actividades de aplicación colaborativas...	20
Tutorías	20
Cuestionarios de autoevaluación y pruebas de conocimiento presenciales	5
Trabajo autónomo	45
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
Prueba de conocimiento	50%
Caso/problema	15%
Informes y escritos	25%
Exposiciones orales	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.

En la modalidad online, será necesario obtener un mínimo de 5 en la Prueba de Conocimientos presencial para poder ponderar el resto de actividades realizadas de forma online.

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.

Modalidad online

Actividades evaluables	Fecha
Estrategia de un comercio electrónico	Se encarga al final del Tema 4. Entrega una semana después: 24 de noviembre de 2023
Diseña tu propio comercio electrónico	Se encarga al final del Tema 13. Entrega una semana después: 19 de enero de 2024
Da a conocer tu comercio en redes sociales	Se encarga al final del Tema 17. Entrega una semana después: 9 de febrero de 2024
Analiza tu captación de tráfico y leads con embudos de conversión	Se encarga al final del Tema 20. Entrega una semana después: 16 de febrero de 2024
Prueba objetiva	enero de 2024

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

Se encarga al término del Tema 4. Entrega 1 semana después (7 nov).

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indican lecturas y referencias online recomendadas:

- Barrueco, H. L. C. & Ramos, H. E. M. (2022). Manual del comercio electrónico (2nd ed.). Marge Books.
- Carr, Nicholas (2010): The Shallows, NY, Atlantic Books.
- Chaffey, Dave (2015): Digital Business and E-Commerce Management, Harlow (UK), Marketing Insights Limited (Pearson Education).
- Daniel, Ian (2011): E-commerce Get It Right!, NeuroDigital.
- Gutiérrez-Ravé, Pablo (2011): Diccionario de eMarketing e Internet Business de la 'A' a la 'Z', Madrid, IBS Europe.
- Larsson, Tanner (2016): E-Commerce Evolved, BuildGrowScale.
- Ryan, Damian (2014): Understanding Digital Marketing; Marketing strategies for engaging the digital generation, London, Kogan Page Limited.

- Aula CM. <http://www.aulacm.com>
- Brainsins. <https://www.brainsins.com>
- Digitalegia. <http://www.digitalegia.com>
- Doofinder. <http://www.doofinder.com>
- ECN. <http://www.ecommerce-nation.es>
- Ecommerce News: <http://www.ecommercenews.com>
- Ecommerce Platform: <https://ecommerce-platforms.com/es/ecommerce-selling-advice/ecommerce-shipping>
- Escuela de Marketing: <https://escuela.marketingandweb.es/formatos-publicidad-digital-tipos/>
- Google. <http://www.ads.google.com>
- Hootsuite. <http://www.hootsuite.com>
- Hubspot, Inbound Marketing: <https://www.hubspot.com/>
- Ingenio Virtual. <https://www.ingeniovirtual.com/los-aspectos-legales-del-comercio-electronico/>
- Later Blog: <http://www.later.com>
- Marketing 4 Ecommerce. <http://www.marketing4ecommerce.net>
- Marketing Creativo: <http://www.marketingcreativo.net/que-es-el-remarketing-y-como-funciona/>
- Merca 2.0. <http://www.merca20.com>
- Mobile Transaction. <https://es.mobiletransaction.org/>
- Moz. <https://www.moz.com>
- My Choice 2 Pay. <https://www.mychoice2pay.com/>
- Palbin. <http://www.palbin.com>
- Portal Ley. <http://portaley.com/>
- Prestashop. <http://www.prestashop.com>
- Search Engine Land. <https://www.searchengineland.com>
- SendCloud: <https://www.sendcloud.es/logistica-ecommerce-posibilidades-y-ventajas/>
- Sensei Marketing: <https://senseimarketing.com/customer-loyalty-and-advocacy-are-not-interchangeable-concepts/>
- Shopify: <http://www.shopify.com>
- Tu App. <https://www.tu-app.net/>
- Xataka. <http://www.xataka.com>

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y 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 imprescindible 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.

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

¡Tú 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.

PLAN DE TRABAJO DE LA ASIGNATURA

CÓMO COMUNICARTE CON TU DOCENTE

Cuando tengas una duda sobre los contenidos o actividades, no olvides escribirla en los foros de tu asignatura para que todos tus compañeros y compañeras puedan leerla.

¡Es posible que alguien tenga tu misma duda!

Si tienes alguna consulta exclusivamente dirigida al docente puedes enviarle un mensaje privado desde el Campus Virtual. Además, en caso de que necesites profundizar en algún tema, puedes acordar una tutoría.

Es conveniente que leas con regularidad los mensajes enviados por estudiantes y docentes, pues constituyen una vía más de aprendizaje.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

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

Modalidad online

Actividades evaluables	Fecha
Estrategia de un comercio electrónico	9 de noviembre de 2022
Diseña tu propio comercio electrónico	11 de enero de 2023
Da a conocer tu comercio en redes sociales	25 de enero de 2023
Crea tu programa de fidelización	8 de febrero de 2023
Prueba objetiva	enero de 2023

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

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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.

RÚBRICAS DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

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.

REGLAMENTO PLAGIO

Atendiendo al Reglamento disciplinario de los estudiantes de la Universidad Europea:

- El plagio, en todo o en parte, de obras intelectuales de cualquier tipo se considera falta muy grave.
- Las faltas muy graves relativas a plagios y al uso de medios fraudulentos para superar las pruebas de evaluación, tendrán como consecuencia la pérdida de la convocatoria correspondiente, así como el reflejo de la falta y su motivo, en el expediente académico.