

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Comercio Electrónico / e-Commerce
<b>Titulación</b>	Grado en ADE
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso</b>	Cuarto
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Online
<b>Semestre</b>	Primer semestre
<b>Curso académico</b>	2025-2026
<b>Docente coordinador</b>	Isabel García Casado
<b>Docente</b>	Isabel García Casado

## 2. PRESENTACIÓN

Esta es una asignatura del cuarto año en el Grado de ADE 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. **Sabrá 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. **Habrá 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

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. Sabrá 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. Habrá 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.

propiedades más importantes.

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

## 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
<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
Prueba de conocimiento	40%
Caso/problema	20%
Informes y escritos	25%
Exposiciones orales	15%

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 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 extraordinaria

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
------------------------	-------

El futuro del comercio electrónico en España	Noviembre de 2025
Estudio de chatbots y cross selling	Noviembre de 2025
El uso de QRs en ecommerce	Enero de 2026
La inteligencia artificial y correo electrónico para la logística en el comercio electrónico	Enero de 2026
Buenas prácticas para la aplicación del RGPD y LSSI	Febrero de 2026
Prueba objetiva	Febrero de 2026

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 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 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 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](mailto: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.