

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	La integración de los canales digitales en la Estrategia Comercial
Titulación	Máster Universitario en Dirección Comercial y Ventas
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	100% ONLINE
Semestre	1º
Curso académico	2022-2023
Docente coordinador	Sergio Gómez Valverde
Docente	María Fátima Moreno Sánchez

2. PRESENTACIÓN

En el módulo de La integración de los canales digitales en la estrategia comercial se profundizará en las nuevas tendencias digitales dentro del campo de los negocios, como son el comercio electrónico, las redes sociales, el posicionamiento en buscadores y las diferentes acciones de comunicación y ventas a partir de dispositivos móviles y apps. En este módulo profundizaremos de forma eminentemente práctica, en la utilización de todas estas herramientas digitales, y el alumno será capaz de crear su propia tienda virtual, como parte imprescindible de una estrategia en el entorno digital.

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 transversales:

- CT2. Comunicación estratégica. Capacidad para transmitir de manera eficaz mensajes (ideas, conocimientos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, de tal manera que se alineen de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT6. Análisis crítico. Capacidad para integrar el análisis con el pensamiento crítico en un proceso de evaluación de distintas ideas o posibilidades y su potencial de error, basándose en evidencias y datos objetivos que lleven a una toma de decisiones eficaz y válida. Se trata de aprender a localizar, extraer, analizar e interpretar información y datos fiables para después estudiar, examinar y razonar, pudiendo así llegar a una conclusión de manera rápida y eficaz, como demanda el mundo actual.

- CT7. Resiliencia. Capacidad de las personas para adaptarse a situaciones adversas, inesperadas, que causen estrés, ya sean personales o profesionales, superándolas e incluso convirtiéndolas en oportunidades de cambio positivo. Esta capacidad se traduce en un crecimiento profundo de la persona, haciéndoles conocer sus limitaciones, salir de su zona de confort, aprender de los obstáculos, desarrollar su inteligencia emocional y aprender a ser perseverantes ante situaciones difíciles.

Competencias específicas:

- CE9. Capacidad para desarrollar y crear una relación comercial óptima con cada uno de los canales de distribución que forman parte de la cadena de valor de sus productos o servicios.
- CE10. Capacidad para analizar y evaluar el resultado económico- financiero de cada acción comercial, así como el impacto en el beneficio total de la compañía a corto y largo plazo.
- CE13. Capacidad para utilizar todo el potencial de las herramientas digitales para comercializar productos y servicios a través de Internet.

Resultados de aprendizaje:

- RA1. Descubrir las nuevas tendencias digitales en el ámbito comercial.
- RA2. Revisar las bases legales y normativas del comercio electrónico.
- RA3. Comparar las distintas redes sociales como nuevos canales de relación y captación de clientes.
- RA4. Explicar en qué consiste el posicionamiento en buscadores, la importancia de las palabras claves en la estrategia comercial.
- RA5. Determinar las partes más importantes de una tienda virtual y las opciones en dispositivos móviles y apps.
- RA6. Valorar la integración estrategia de ventas online vs offline y analizar el resultado económico financiero.

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
Competencias básicas y generales: CB2, CB5	RA1. Descubrir las nuevas tendencias digitales en el ámbito comercial. RA2. Revisar las bases legales y normativas del comercio electrónico.
Competencias transversales: CT2, CT6, CT7	RA3. Comparar las distintas redes sociales como nuevos canales de relación y captación de clientes. RA4. Explicar en qué consiste el posicionamiento en buscadores, la importancia de las palabras claves en la estrategia comercial.
Competencias específicas: CE9, CE10, CE13	RA5. Determinar las partes más importantes de una tienda virtual y las opciones en dispositivos móviles y apps. RA6. Valorar la integración estrategia de ventas online vs offline y analizar el resultado económico financiero.

4. CONTENIDOS

- Las nuevas tendencias digitales en el ámbito comercial.
- El comercio electrónico. Bases y normativas
- Las redes sociales como nuevos canales de relación y captación de clientes.
- El posicionamiento en buscadores, la importancia de las palabras claves en la estrategia comercial
- Creación de tienda virtual. Opciones en dispositivos móviles y apps.
- Integración estrategia de ventas online vs offline.

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
- 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:

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Clases virtuales	22
Análisis de casos	10
Resolución de problemas	18
Elaboración de informes y escritos	14
Estudios de contenidos y documentación complementaria	50
Tutoría virtual	18
Foro virtual	8
Pruebas presenciales de conocimiento	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 online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas presenciales de conocimiento	60%
Informes y escritos	25%
Caso/problema	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 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

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 4,0 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
Actividad 1:	Semana 2
Actividad 2:	Semana 4

Actividad 3:	Semana 5
Actividad 4:	Semana 7
Actividad 5: prueba de conocimiento	Fecha examen

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:

- TBD

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 al comienzo de cada semestre.

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.