

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	MÓDULO 1. COMERCIO ELECTRÓNICO Y ECOSISTEMA DIGITAL
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO
Escuela/ Facultad	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESA Y COMUNICACIÓN
Curso	1º
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	ONLINE
Semestre	SEMESTRE 1
Curso académico	2024-25
Docente coordinador	FRANCISCO JOSÉ PRADANA PÉREZ franciscojose.pradana@universidadeuropea.es

2. PRESENTACIÓN

El comercio electrónico se ha convertido en un componente fundamental de la economía global. Esta asignatura explora los principios, estrategias y tecnologías que subyacen al comercio electrónico, así como su integración en el amplio ecosistema digital. El comercio electrónico, en su esencia, va más allá de la simple transacción comercial en línea; es un fenómeno que redefine la manera en que las empresas interactúan con los consumidores y entre sí. Esta asignatura busca desentrañar las complejidades de este fenómeno en constante evolución, proporcionando a los estudiantes una comprensión profunda de los principios fundamentales que sustentan el comercio electrónico.

En esta asignatura, exploraremos los principios fundamentales del comercio electrónico. Analizaremos cómo el comercio electrónico ha transformado no solo la forma en que se realizan las transacciones comerciales, sino también cómo las empresas estructuran sus operaciones y estrategias de crecimiento en el siglo XXI. El comercio electrónico no existe en un vacío; está intrínsecamente ligado a un ecosistema digital más amplio. Abordaremos cómo las redes sociales, la movilidad y otras tecnologías emergentes impactan y se integran con el comercio electrónico. Examinaremos cómo las plataformas digitales se conectan y colaboran, creando un entorno empresarial dinámico y altamente interconectado.

También consideraremos su impacto social y ético. Examinaremos las cuestiones de privacidad, seguridad y equidad, asegurándonos de que los estudiantes comprendan las responsabilidades éticas asociadas con la participación en el comercio electrónico. Esta asignatura ofrece una visión integral del comercio electrónico y su papel en la configuración del futuro económico y empresarial.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

CON01. Definir el nuevo ecosistema digital y de transformación digital de los negocios.

- Definir el nuevo ecosistema digital.

CON02. Describir los modelos de comercio electrónico, implantación, desarrollo y gestión.

- Describir los modelos de comercio electrónico.
- Analizar los aspectos legales de los negocios digitales.
- Diseñar tiendas virtuales en base a principios de protección de datos.

Habilidades

HAB01. Evaluar las oportunidades del comercio electrónico en el ecosistema digital.

- Analizar las oportunidades del comercio electrónico en el ecosistema digital.

HAB02. Investigar las nuevas tendencias en la gestión e innovación en entornos digitales.

- Investigar las nuevas tendencias en la gestión e innovación en entornos digitales.

Competencias

COMP01. Aplicar, analizar y evaluar las estructuras, operativa y aspectos específicos del comercio electrónico para su adecuada gestión teniendo en cuenta los criterios de Buen Gobierno.

COMP06. Identificar, analizar y desarrollar estrategias y acciones enfocadas a cubrir las necesidades del consumidor digital.

4. CONTENIDOS

Los contenidos de esta asignatura se estructuran en las siguientes unidades:

UA1. El ecosistema digital.

UA2. El comercio electrónico. Evolución y actualidad

UA3. Modelos de comercio electrónico

UA4. Los aspectos legales del comercio electrónico

UA5. Protección de datos en el entorno digital

UA6. Perfiles profesionales en los negocios digitales

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas

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
Clases magistrales	10
Clases virtuales síncronas	20
Resolución de problemas	20
Exposición oral de trabajos síncronas	2
Elaboración de informes escritos	20
Estudios de contenidos y documentación complementaria	56
Foro virtual	8
Tutoría académica virtual síncrona	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	150 horas

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	60
Exposiciones orales	5
Informes y escritos	15
Caso/problema	20

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 las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria 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 las 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
Cuestionario	Noviembre
Actividad 1. Identifica modelos de negocio y analiza su estrategia	Noviembre
Actividad 2. Identifica aspectos legales y propón formas de gestión	Diciembre
Actividad 3. Configura un equipo de trabajo para el lanzamiento de un proyecto digital	Diciembre

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

9. BIBLIOGRAFÍA

Las obras de referencia para el seguimiento de la asignatura son:

Solé, M. y Campo, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce. Integración de las estrategias digitales*. Madrid: ESIC Editorial.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

Fresno, M. (2011). *Netnografía*. Barcelona: Editorial UOC.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. *Boletín Oficial del Estado*, 166, de 12 de julio de 2002. <https://www.boe.es/eli/es/l/2002/07/11/34/con>
Stone, B. (2018). *Lo que viene*. Barcelona: Deusto.

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.