

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	MÓDULO 3. DIRECCIÓN Y DISEÑO DE TIENDAS ONLINE
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

En la sociedad actual, el comercio electrónico ha transformado radicalmente la forma en que compramos y vendemos productos y servicios. Las tiendas online han pasado de ser una novedad a convertirse en una parte integral del panorama empresarial global. En este contexto es fundamental comprender los principios fundamentales y las estrategias efectivas que subyacen al funcionamiento y diseño de las tiendas online.

El módulo *Dirección y diseño de tiendas online* proporciona una comprensión profunda y práctica de los aspectos esenciales del comercio electrónico. Exploraremos desde los conceptos básicos de planificación estratégica hasta las técnicas avanzadas de diseño centrado en el usuario, abordando cada paso del camino hacia la creación y gestión de una tienda online.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

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

- Revisar los modelos de gestión del talento y perfiles demandados por los proyectos digitales.
- Planificar una estrategia comercial para un e-commerce.

Habilidades

HAB03. Evaluar nuevos modelos de negocio para su modelaje en un proyecto propio.

- Diseñar un proyecto de comercio electrónico.

HAB04. Seleccionar nuevas tecnologías para su integración en un proyecto digital.

- Diseñar la creación y lanzamiento de un nuevo producto o servicio digital.

Competencias

COMP03. Investigar y aplicar modelos de business intelligence a la toma de decisiones colaborativas.

COMP05. Planificar y diseñar la implementación de un modelo de negocio a través de un e-commerce.

COMP08. Analizar e interpretar información de mercado, negocio y marketing digital que permita evaluar la evolución de los mismos.

4. CONTENIDOS

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

UA1. Estrategias para el diseño de un e-commerce

UA2. Gestión de marcas, categorías y productos

UA3. Evolución, desarrollo y plataformas del e-commerce

UA4. Prestashop

UA5. Shopify

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 problemas
- Aprendizaje basado en retos
- 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:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	10
Clases virtuales síncronas	20
Análisis de casos	12
Resolución de problemas	10
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
Informes y escritos	20
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
Actividad 1. Cuestionario	Enero
Actividad 2. Desarrollo del e-commerce	Febrero

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:

Bastón, R., Fagundo, A., y Hernández, V. (2022). *Ecommerce. Cómo montar una tienda online... ¡y que venda!*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

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

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

Serra, F. y Morant, A. (2010). *Gestión por categorías. Optimización del surtido*. Madrid: Editorial ESIC.

Torres, D. (2018). *Usabilidad. Deja de sufrir*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia.

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.