

## DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

<b>Materia:</b>	INTERNACIONALIZACIÓN IV. E-COMMERCE		
<b>Identificador:</b>	32284		
<b>Titulación:</b>	GRADUADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (CA)		
<b>Módulo:</b>	INTERNACIONALIZACIÓN		
<b>Tipo:</b>	OPTATIVA		
<b>Curso:</b>	4	<b>Periodo lectivo:</b>	Primer Cuatrimestre
<b>Créditos:</b>	6	<b>Horas totales:</b>	150
<b>Actividades Presenciales:</b>	62	<b>Trabajo Autónomo:</b>	88
<b>Idioma Principal:</b>	Castellano	<b>Idioma Secundario:</b>	Inglés
<b>Profesor:</b>		<b>Correo electrónico:</b>	

## PRESENTACIÓN:

El objetivo de esta asignatura es proporcionar al alumnado conocimientos básicos sobre Internet, comercio electrónico y servicios online analizando el marco conceptual básico de los negocios en línea. La asignatura presentará al estudiante los pasos básicos en la identificación, diseño y promoción comercial de servicios de comercio electrónico, así como la relevancia de prestar un buen servicio al cliente. Los estudiantes analizarán los diferentes tipos de comercio electrónico, los requisitos esenciales para iniciar un servicio de comercio electrónico, las diferentes soluciones posibles y los factores que determinarán cómo los clientes perciben el servicio.

## COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

<b>Competencias Generales de la titulación</b>	G07	Capacidad de trabajar en un contexto internacional y de aproximarse a las innovaciones y nuevos enfoques empleados en otros contextos nacionales
	G08	Capacidad de comunicación oral y escrita en castellano.
	G10	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos, adaptándolos a las exigencias y particularidades de cada situación y persona
	G11	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G16	Capacidad de asimilar conceptos de naturaleza social y humanística dentro de una formación universitaria integral que permitan el desarrollo de valores éticos tales como solidaridad, interculturalidad, igualdad, compromiso, respeto, diversidad, integridad, etc.
<b>Competencias Específicas de la titulación</b>	E02	Conocer y comprender el contexto socioeconómico local, nacional e internacional en el que se desenvuelven las empresas y ser capaz de interpretar su impacto en las mismas
	E04	Capacidad de identificar las variables relacionadas y entender su impacto sobre las organizaciones empresariales
	E11	Conocer las técnicas y métodos de naturaleza cuantitativa aplicables al diagnóstico, análisis y prospección empresarial (matemáticas, estadística y econometría) siendo capaz de utilizar la herramienta más adecuada en cada situación.
	E13	Conocer los procesos de toma de decisiones en materia de política y estrategia comercial
	E14	Comprender los principios de ética empresarial y ser capaz de diseñar escenarios en los que dichos principios puedan llevarse a la práctica empresarial
	E15	Proponer, planificar y liderar proyectos de innovación empresarial que aseguren la competitividad de la empresa
<b>Resultados de Aprendizaje</b>	R01	Gestionar de forma adecuada el comercio electrónico de la empresa y su presencia en las redes sociales
	R02	Desarrollar una estrategia de creación y posicionamiento web
	R03	Analizar las mejores estrategias de marketing referentes al comercio electrónico y al contacto que las empresas mantienen con sus consumidores
	R04	Comprender la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación en la gestión empresarial
	R05	Plantear la explotación de Internet como nuevo canal de obtención de información y como nuevo canal de distribución y comercialización

## REQUISITOS PREVIOS:

Conocimientos básicos de gestión estratégica, de marketing y de las TIC.

## PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

La asignatura de E-commerce ofrece al alumnado la formación necesaria para desarrollar negocios en Internet como nuevo canal de distribución y comercialización, ayudando a los estudiantes a entender la importancia de la adecuada gestión de este tipo de proyectos empresariales y exponiendo las estrategias de marketing interactivo necesarias para mejorar la comunicación con los consumidores, prestar un mejor servicio al cliente y lograr una mayor fidelización.

**Contenidos de la materia:**

<b>1 - Comercio electrónico: marco conceptual</b>
1.1 - Introducción al comercio electrónico
1.2 - Modelos de negocio de comercio electrónico y conceptos básicos
1.3 - Incentivos del comercio electrónico
<b>2 - Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico</b>
2.1 - Infraestructura tecnológica en E-commerce
2.2 - Sistemas de seguridad y pago de comercio electrónico
<b>3 - Conceptos empresariales: marketing interactivo</b>
3.1 - E-commerce: comunicación y fidelización online
3.2 - Redes sociales
3.3 - Publicidad generada por el consumidor
3.4 - Posicionamiento SEO y SEM
3.5 - Email marketing
<b>4 - Comercio electrónico y temas sociales</b>
4.1 - Comercio minorista y servicios online
4.2 - Comercio electrónico B2B
4.3 - Aspectos éticos y sociales del comercio electrónico
4.4 - Proyecto de comercio electrónico

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

**Previsión de actividades de aprendizaje:**

Semana	Unidad/Bloque/Tema	Sesiones presenciales	Horas	Actividades de trabajo autónomo	Horas
1	12/09/2022 1.Comercio electrónico: marco conceptual 1.1.Introducción al comercio electrónico	Presentación de la asignatura. Teoría y actividades prácticas.	4	Estudio y consulta de información para la resolución de casos prácticos.	4
2	19/09/2022 1.Comercio electrónico: marco conceptual 1.2.Modelos de negocio de comercio electrónico y conceptos básicos	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la resolución de casos prácticos.	4
3	26/09/2022 1.Comercio electrónico: marco conceptual 1.3.Incentivos del comercio electrónico	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la resolución de casos prácticos.	4
4	03/10/2022 2.Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico 2.1.Infraestructura tecnológica en E-commerce	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la resolución de casos prácticos.	4
5	10/10/2022 2.Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico 2.2.Sistemas de seguridad y pago de comercio electrónico	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la resolución de casos prácticos.	4
6	17/10/2022 3.Conceptos empresariales: marketing interactivo 3.1. E - c o m m e r c e : comunicación y fidelización online	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la elaboración de casos prácticos	4
7	24/10/2022 3.Conceptos empresariales: marketing interactivo 3.2.Redes sociales	Teoría y actividad práctica	4	Estudio y consulta de información para la elaboración de casos prácticos	4
8	31/10/2022 3.Conceptos empresariales: marketing interactivo 3.3.Publicidad generada por el	Teoría y actividades prácticas	2	Estudio y consulta de información para la elaboración de casos prácticos	4

		consumidor				
9	07/11/2022	3. Conceptos empresariales: marketing interactivo 3.4. Posicionamiento SEO y SEM	Explicación teórica y presentaciones	4	Estudio y consulta de información para la elaboración de casos prácticos	4
10	14/11/2022	3. Conceptos empresariales: marketing interactivo 3.5. Email marketing	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y consulta de información para la elaboración de casos prácticos	4
11	21/11/2022	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.1. Comercio minorista y servicios online	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y elaboración del proyecto en equipo	6
12	28/11/2022	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.1. Comercio minorista y servicios online	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y elaboración del proyecto en equipo	6
13	05/12/2022	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.2. Comercio electrónico B2B	Teoría y actividades prácticas	2	Estudio y elaboración del proyecto en equipo	6
14	12/12/2022	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.3. Aspectos éticos y sociales del comercio electrónico	Teoría y actividades prácticas	4	Estudio y elaboración del proyecto en equipo	6
15	19/12/2022	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.4. Proyecto de comercio electrónico	Presentaciones del proyecto de comercio electrónico	2	Estudio y presentación oral del proyecto en equipo	4
16	26/12/2022		Navidad	0	Estudio individual	4
17	02/01/2023		Navidad	0	Estudio individual	4
18	09/01/2023	4. Comercio electrónico y temas sociales 4.4. Proyecto de comercio electrónico	Presentaciones del Proyecto de Comercio Electrónico	4	Estudio y presentación oral del proyecto de comercio electrónico	4
19	16/01/2023	1. Comercio electrónico: marco conceptual 2. Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico 3. Conceptos empresariales: marketing interactivo 4. Comercio electrónico y temas sociales	Semana de evaluaciones. La fecha final del examen se indicará oportunamente.	2	Estudio y repaso final de la materia	5
20	23/01/2023	1. Comercio electrónico: marco conceptual 2. Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico 3. Conceptos empresariales: marketing interactivo 4. Comercio electrónico y temas sociales	Semana de evaluaciones	1	Estudio y repaso final de la materia	2
21	30/01/2023		Revisión.	1		1
<b>HORAS TOTALES PRESENCIALES:</b>				<b>62</b>	<b>HORAS TOTALES T. AUTÓNOMO:</b>	<b>88</b>

### Observaciones para alumnos exentos a la asistencia obligatoria por circunstancias justificadas:

Los alumnos que por razones justificadas (previamente comunicadas a la Dirección del Grado) prevean no poder asistir al 80% de las clases teóricas, deberán ponerse en contacto con el profesor de la asignatura una vez iniciado el semestre (antes del 26 de septiembre), y concertar una tutoría, en la que se analizará cada caso en particular para diseñar una estrategia de aprendizaje y actividades conexas individualizadas que garanticen la consecución de los objetivos planteados.

En estos casos el alumno tendrá que asistir a las tutorías previamente acordadas con el profesor. En caso de que el alumno no se ponga en contacto con el docente en la fecha indicada, se podría considerar que se trata de un alumno en modalidad presencial y, al no asistir a clase, puede perder el derecho a ser evaluado en primera convocatoria por haber superado el número de faltas permitidas (20%).

### METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

#### Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

La metodología de enseñanza y aprendizaje utilizada en esta asignatura estará integrada por:

1.- **Clases presenciales teóricas y prácticas**, en las que se expondrá el contenido de los principales temas de la materia y se propondrán diferentes tipos de actividades prácticas:

### Actividades prácticas en equipo:

Se propondrán lecturas, comentarios de artículos, debates y casos prácticos basados en situaciones reales que requerirán el trabajo en grupo para la propuesta de estrategias y soluciones.

Algunas actividades se plantearán y desarrollarán de forma oral en clase y otras requerirán la entrega de un trabajo escrito por parte del alumnado.

### Proyecto de Comercio Electrónico

Cada equipo propondrá una idea innovadora y viable de empresa online, tras hacer un brainstorming sobre posibles ideas de negocio E-commerce.

Se presentará un breve "plan de empresa", y se desarrollará un "elevator pitch" para vender la idea al público y a posibles inversores potenciales, plasmando el modelo de negocio, su posicionamiento y las ventajas competitivas.

El trabajo puede incluir una sección con ideas de diseño del sitio web.

El trabajo será presentado en clase (exposición oral en grupo)

La presentación powerpoint se subirá al campus virtual tras la exposición oral.

### 2.- Exámenes

Habrà un examen final al terminar el semestre.

### 3.- Tutorías

En las tutorías se resolverán las dudas que pueda tener el alumnado de forma personalizada.

### Integración de lengua inglesa en la materia:

Internationalization is one of the main objectives of CESUGA. The teaching staff will be gradually introducing materials, texts, audiovisual media and other content through English in the subjects they teach. This course of action is included in the principles of the European Area of Higher Education (EAHE). The aim is for students to naturally and effectively use English in authentic situations while studying subjects included in their degree programs. Exposure to the English language forms an intrinsic part of each degree programme's plan of studies.

Some activities in this subject will be carried out in English. These activities can be seen in the provisional activity plan and are marked: basically oral presentations, writing abstracts, use of sources in English, etc.

### Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
<b>Actividades Presenciales</b>	Clase magistral	33
	Casos prácticos	6
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	6
	Debates	4
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	7
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	6
	Asistencia a tutorías	5
<b>Trabajo Autónomo</b>	Estudio individual	19
	Preparación de trabajos individuales	4
	Preparación de trabajos en equipo	30
	Tareas de investigación y búsqueda de información	12
	Lecturas obligatorias	8
	Lectura libre	8
	Actividades de evaluación	2
<b>Horas totales:</b>		<b>150</b>

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Obtención de la nota final:**

Trabajos en equipo:	70 %
Prueba final:	30 %
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

**Observaciones específicas sobre el sistema de evaluación:**

