



## GUÍA DOCENTE CURSO: 2017-18

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Comercio Electrónico		
Código de asignatura:	67104301	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)
Año académico:	2017-18	Ciclo formativo:	Grado
Curso de la Titulación:	4	Tipo:	Optativa
Duración:	Segundo Cuatrimestre		

## Otros Planes en los que se imparte la Asignatura

Plan	Ciclo Formativo	Tipo	Curso	Duración
Grado en Educación Social (Plan 2011)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Humanidades (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Matemáticas (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Finanzas y Contabilidad (Plan 2010)	Grado	Optativa	3	Segundo Cuatrimestre
Grado en Turismo (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (Plan 2012)	Grado	Optativa	3	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ingeniería Agrícola (Plan 2015)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ingeniería Mecánica (Plan 2010)	Grado	Optativa	3	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ciencias Ambientales (Plan 2009)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Filología Hispánica (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Psicología (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ingeniería Informática (Plan 2015)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Historia (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Estudios Ingleses (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ingeniería Química Industrial (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Gestión y Administración Pública (Plan 2009)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Derecho (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Química (Plan 2009)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Enfermería (Plan 2009)	Grado	Optativa	3	Segundo Cuatrimestre
Grado en Economía (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Fisioterapia (Plan 2009)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
Grado en Ingeniería Electrónica Industrial (Plan 2010)	Grado	Optativa	3	Segundo Cuatrimestre

## DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA

Créditos:	6
Horas totales de la asignatura:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:	Apoyo a la docencia

## DATOS DEL PROFESORADO

Nombre	García de Frutos, Nieves
--------	--------------------------

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOIX0FvqbQ==>

Firmado Por	Universidad De Almería	Fecha	19/09/2017
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/6
			
q6i8MKSHfMjwOOIX0FvqbQ==			

Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B) 1		
Despacho	01		
Teléfono	+34 950 214033	E-mail (institucional)	<a href="mailto:gd779@ual.es">gd779@ual.es</a>
Recursos Web personales	<a href="#">Web de García de Frutos, Nieves</a>		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>		<b>Fecha</b>	<b>19/09/2017</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2/6</b>
				
q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==				

<b>ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA</b>
<b>Justificación de los contenidos</b>
La asignatura "Comercio electrónico" se centra en la enseñanza de los principales conceptos y modelos de negocio virtuales existentes hoy en día. La asignatura proporcionará a los alumnos los conocimientos necesarios para diseñar, gestionar y evaluar los resultados de este tipo de negocios, desarrollando las estrategias y acciones necesarias para hacerlo con éxito.
<b>Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios</b>
Todas las materias de marketing.
<b>Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura</b>
Se recomienda estar familiarizado con la terminología básica de marketing online presentada en la asignatura de "Comunicación de Marketing II"
<b>Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación</b>
No existen requisitos previos en el plan de estudios para cursar esta asignatura.

<b>COMPETENCIAS</b>
<b>Competencias Generales</b>
<i>Competencias Transversales de la Universidad de Almería</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos básicos de la profesión</li> <li>• Capacidad para resolver problemas</li> </ul>
<i>Competencias Básicas</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de conocimientos</li> </ul>
<b>Competencias Específicas desarrolladas</b>
OPT1: Conocer los aspectos destacados del comercio electrónico y ser capaz de resolver problemas relacionados con él.
<b>OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE</b>
UAL1: Conocimiento, habilidades y actitudes que posibilitan la comprensión de nuevas teorías, interpretaciones, métodos y técnicas dentro de los diferentes campos disciplinares, conducentes a satisfacer de manera óptima las exigencias profesionales. UAL3: Capacidad para identificar, analizar, y definir los elementos significativos que constituyen un problema para resolverlo con rigor. RD2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio. OPT1: Conocimiento y resolución de problemas relacionados con el comercio electrónico

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>19/09/2017</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>3/6</b>
			
q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==			

# PLANIFICACIÓN

## Temario

### Tema 1: Introducción al comercio electrónico

- Algunas cifras relevantes
- Definición, características y tipología
- Barreras al comercio electrónico

### Tema 2: Modelos de negocio en internet

- La idea de negocio
- Modelos de negocio basados en internet: partes
- Ejemplos de modelos de negocio B2C
- Ejemplos de modelos de negocio B2B

### Tema 3: Creación de un sitio de comercio electrónico

- Decisiones tecnológicas
- Diseño web
- Componentes de un sitio de comercio electrónico

### Tema 4: Marketing aplicado al comercio electrónico

- Herramientas de marketing online
- Estrategia de contenido

### Tema 5: Medición y análisis de resultados

- Establecimiento del plan de análisis
- Herramientas de recogida y análisis de datos
- Principales KPI

## Metodología y Actividades Formativas

- Clases magistrales participativas
- Aprendizaje basado en proyectos
- Exposición de trabajos
- Seminarios

## Actividades de Innovación Docente

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==

PÁGINA

4/6



q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==

## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

### Crterios e Instrumentos de Evaluación

La asignatura se desarrollará siguiendo un sistema de evaluación continua. No obstante, habrá un sistema de evaluación alternativo, al objeto de permitir cursar la asignatura a aquellos que no puedan asistir a clase o seguir la metodología de evaluación continua. En este último caso, se deberá avisar al profesor.

1. Los aspectos evaluables en la **modalidad de evaluación continua** son:

- Proyecto de curso: realización y entrega oportuna (en los plazos establecidos) de las actividades que se vayan pidiendo a lo largo del curso y que conformarán el proyecto de curso (50%) (Evaluación de competencias RD2, UAL1, UAL3 y OPT1)
- Asistencia y participación activa en clases y seminarios (20%) (Evaluación de competencias RD2, UAL1, UAL3 y OPT1)
- Examen escrito (30%)

2. El **sistema de evaluación alternativo** (previo aviso al profesor) calificación:

Realización de examen sobre contenido tanto teórico como práctico de la asignatura, que supondrá el 80% de la nota final. El 20% restante corresponde a las actividades de clase, presentaciones y seminarios que no pueden ser evaluadas. (Evaluación de competencias RD2, UAL1, UAL3 y OPT1)

### Mecanismos de seguimiento

- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Entrega de actividades en clase
- Entrega de actividades en aula virtual

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==>

<b>Firmado Por</b>	<b>Universidad De Almeria</b>	<b>Fecha</b>	<b>19/09/2017</b>
<b>ID. FIRMA</b>	<b>blade39adm.ual.es</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>5/6</b>
			
q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==			

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía recomendada

#### Básica

- Kenneth C. Laudon y Carol Guercio Traver. E-commerce 2013: Negocios, tecnología, sociedad. Pearson. 2014.

#### Complementaria

- Gloria Aparicio, Pilar Zorrilla. Distribución comercial en la era omnicanal. Pirámide. 2015.
- Inma Rodríguez Ardura. Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información. Pirámide.

#### Otra Bibliografía

### Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

<http://almirez.ual.es/search/e?SEARCH=COMERCIO ELECTRONICO>

### DIRECCIONES WEB

- <http://www.libroblanco.adigital.org/>  
*Libro Blanco del Comercio Electrónico*

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:  
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

19/09/2017

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==

PÁGINA

6/6



q6i8MKSHfMjwOOlX0FvqbQ==