



GUÍA DOCENTE CURSO: 2013-14

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA				
Asignatura:	Comercio Electrónico			
Código de asignatura:	67104301	Plan:	Grado en Marketing e Investigación de Mercados (Plan 2010)	
Año académico:	2013-14	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 Relaciones Laborales y Recursos Humanos (Plan 2010)	Grado	Optativa	4	Segundo Cuatrimestre
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA				
	Créditos:	6	Horas Presenciales del estudiante:	45
			Horas No Presenciales del estudiante:	105
			Total Horas:	150
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia		

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Ortega Egea, José Manuel		
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)	jmortega@ual.es
Recursos Web personales	Web de Ortega Egea, José Manuel		
Nombre	García de Frutos, Nieves		
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)	gdn779@ual.es
Recursos Web personales	Web de García de Frutos, Nieves		

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	1/7



0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

ORGANIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

Actividades previstas para el aprendizaje y distribución horaria del trabajo del estudiante por actividad (estimación en horas)

I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	0,0	
	• Grupo Docente	31,0	
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	14,0	
	<i>Total Horas Presenciales/On line ...</i>		45,0
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo Autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	105	
	<i>Total Horas No Presenciales ...</i>		105
TOTAL HORAS DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE			150,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	2/7
			
0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==			

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

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.

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

Se recomienda estar familiarizado con la terminología básica de marketing online presentada en la asignatura de "Comunicación de Marketing II"

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

No existen requisitos previos en el plan de estudios para cursar esta asignatura.

COMPETENCIAS

Competencias Generales

Competencias Genéricas de la Universidad de Almería

- Conocimientos básicos de la profesión
- Capacidad para resolver problemas
- Habilidad en el uso de las TIC
- Trabajo en equipo

Otras Competencias Genéricas

- Aplicación de conocimientos

Competencias Específicas desarrolladas

Conocer los aspectos destacados del comercio electrónico y ser capaz de resolver problemas relacionados con él.

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Al finalizar la presente asignatura, los alumnos deben ser capaces de:

- Diferenciar los distintos modelos de negocio virtual y ser capaz de elegir el más adecuado a cada tipo de negocio, producto, etc.
- Diseñar e implementar planes de marketing online utilizando distintas herramientas y medios.
- Analizar los principales resultados derivados de la actividad en entornos virtuales.

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

PÁGINA

3/7



0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

BLOQUES TEMÁTICOS Y MODALIDADES ORGANIZATIVAS			
Bloque	INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO		
Contenido/Tema			
	TEMA 1: Introducción al comercio electrónico		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 1.			
Bloque	DISEÑO, GESTIÓN Y CONTROL DEL COMERCIO EN ENTORNOS VIRTUALES		
Contenido/Tema			
	TEMA 2: Modelos y conceptos de negocio		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		4,0
	Debate y puesta en común		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Resolución de problemas		3,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 2. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 1'			
Contenido/Tema			
	TEMA 3: Sistemas de pago, ética y seguridad		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Resolución de problemas		1,5
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 3. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 2'			
Contenido/Tema			
	TEMA 4: Marketing I: Conceptos aplicados al comercio electrónico		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		4,0
	Debate y puesta en común		2,0
	Otros	Seminario	2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		3,0
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 4. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 3'			
Contenido/Tema			
	TEMA 5: Marketing II: Medios y contenidos		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		2,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		1,5
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 5. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 4'			
Contenido/Tema			
	TEMA 6: Comercio electrónico B2B		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		2,0

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/0F5Zi7a/pFyEVGLVfjeT7Q==>

Firmado Por

Universidad De Almería

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

0F5Zi7a/pFyEVGLVfjeT7Q==

PÁGINA

4/7



0F5Zi7a/pFyEVGLVfjeT7Q==

Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Aprendizaje basado en problemas		1,5
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 6. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 5'			
Bloque	INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO		
Contenido/Tema			
	TEMA 7: Medición, análisis y evaluación de los resultados		
Modalidades Organizativas y Metodología de Trabajo			
<i>Modalidad Organizativa</i>	<i>Procedimientos y Actividades Formativas</i>	<i>Observaciones</i>	<i>Horas Pres./On line</i>
Grupo Docente	Clases magistrales/participativas		2,0
	Debate y puesta en común		1,0
Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	Otros	Examen	2,0
	Resolución de problemas		1,5
Descripción del trabajo autónomo del alumno			
Lectura en profundidad de los contenidos del tema 7. Finalización de forma autónoma (en grupo) de la 'Actividad 6'			

Puede verificar la autenticidad, validez e integridad de este documento en la dirección:
<https://verificarfirma.ual.es/verificarfirma/code/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por	Universidad De Almeria	Fecha	23/07/2015
ID. FIRMA	blade39adm.ual.es	PÁGINA	5/7
			
0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==			

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios 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:

- Actividades individuales y en grupo: realización y entrega oportuna (en los plazos establecidos) de las actividades individuales que se vayan pidiendo a lo largo del curso (50%)
- Asistencia y participación en seminarios/jornadas (10%)
- Asistencia y participación activa en clase del estudiante (10%)
- Examen escrito (30%)

2. El sistema de evaluación alternativo (previo aviso al profesor) consistirá en un examen escrito, que supondrá el 80% de la calificación. El 20% restante corresponde a las competencias que no pueden ser evaluadas.

Porcentajes de Evaluación de las Actividades a realizar por los alumnos

	Actividad	(Nº horas)	Porcentaje
I. ACTIVIDADES DEL ESTUDIANTE (Presenciales / Online)	• Gran Grupo	(0)	0 %
	• Grupo Docente	(31)	20 %
	• Grupo de Trabajo/Grupo Reducido	(14)	55 %
II. ACTIVIDADES NO PRESENCIALES DEL ESTUDIANTE (Trabajo autónomo)	• (Trabajo en grupo, Trabajo individual)	(105)	25 %

Instrumentos de Evaluación

- Pruebas, ejercicios, problemas.
- Observaciones del proceso.
- Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc.
- Pruebas finales de opción múltiple.

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia y participación en seminarios
- 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/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

PÁGINA

6/7



0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- e-commerce (*Kenneth C. Laudon / Carol Guercio Traver*) - Bibliografía básica

Complementaria

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/x?SEARCH=67104301>

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/0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==>

Firmado Por

Universidad De Almeria

Fecha

23/07/2015

ID. FIRMA

blade39adm.ual.es

0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==

PÁGINA

7/7



0F5Zi7a/pFyEVGlVfjeT7Q==