FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

DE MADRID

DOBLE GRADO EN TURISMO y COMERCIO

Asignatura	**Comercio Electrónico**	**Código**	**801944**
Módulo	**Actividad Comercial**	**Materia**	**Comercio y Distribución**
Carácter	**Obligatoria**	**Créditos**	**6**
Curso	**Cuarto**	**Semestre**	**Séptimo**

Departamento Responsable	**Organización de Empresas y Marketing**
Coordinador/a	**Ver listado de Coordinadores/as** https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
• Se estudia el medio Internet como forma adicional en el modelo tradicional de negocio y se analiza el potencial que representa el comercio electrónico dentro de la estrategia global de marketing de cualquier empresa • Conocimiento de los servicios de Internet y su potencialidad e impacto en los procesos de negocio; adquisición de conocimientos sobre el Negocio Electrónico, su impacto en las organizaciones y su importancia estratégica en una economía globalizada. • Comprensión de los diversos modelos de Comercio Electrónico; los condicionamientos legales y las implicaciones en la manera de organizar los procesos de compra-venta y las relaciones con clientes y proveedores. • Estudio de la seguridad y los medios de pago en el Comercio Electrónico

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS

Ninguno

OBJETIVOS FORMATIVOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Aprenderán a utilizar el medio Internet como forma de distribución y comunicación de ofertas de la empresa comercial.
- Desarrollarán las habilidades necesarias para la negociación comercial en Internet.

COMPETENCIAS

Generales

CG3 - Conocer y comprender distintas realidades culturales para establecer contactos con el fin de desarrollar mercados a nivel internacional e, incluso, global de los países implicados y adaptar las distintas estrategias comerciales tanto al consumidor como a la sociedad donde se desenvuelve

CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa

CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales

CG6 - Saber comportarse con una actitud responsables ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general

CG7 - Aprender a aprender, como ejemplo saber cómo, cuándo, donde..., nuevos desarrollos personales son necesarios (por ejemplo, la retórica, las presentaciones, el trabajo en equipo o la gestión de personal)

Específicas:

CE10 Saber aplicar de forma responsable las distintas formas de comunicación comercial entre empresas y particulares, para entender el alcance y la trascendencia del fenómeno de la comunicación comercial en sus diversas manifestaciones: publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, comunicación a través de Internet y otras tecnologías de la información y la comunicación (TIC´s)

CE13 Comprender las funciones de la distribución y la logística comercial y su papel como intermediaria de la actividad comercial, así como la planificación eficiente del canal de distribución para poder hacer llegar productos/servicios al consumidor final u organizacional, ya sea a través de medios tradicionales (establecimientos) o utilizando las tecnologías de la información y la comunicación (Internet, telefonía móvil…).

CONTENIDOS TEMÁTICOS
(Programa de la asignatura)

1.- Conceptos básicos del Comercio Electrónico

- Introducción
- Beneficios y Cadena de Valor
- Ventas, Análisis Dafo y Factores Críticos de Éxito

2.- Modelos de Negocio

- Tipos de Empresas y Comercio Electrónico

- Modelos de Negocio Básicos
- Modelos de Ingresos

3.- La Tienda Electrónica
- Introducción y Tipología
- Infraestructura Tecnológica
- Áreas de Gestión
- Estructura en tiendas B2C
- Anexo 1: Los CMS
- Anexo 2: El Configurador Web

4.- Promoción y Publicidad on line
- Promoción: Concepto, Fines e Instrumentos
- Comunicación, Influencia y Mix en la Promoción
- Ventas on line
- Publicidad on line

5.- Captación on line
- SEM y SEO
- Programas de Afiliación
- e-mail Marketing y Marketing Viral

6.- Comunidades on line
- Comunidades Virtuales
- Redes Sociales

7.- Medios de Pago online y Seguridad
- Uso de los medios de pago en Comercio Online
- La Evolución del Pago por Móvil
- La Seguridad en los Pagos on line con Tarjeta
-Consejos prácticos para tienda/consumidor on line

8.- Distribución y Logística
- Concepto de Distribución, Problemática y Puntos Críticos
- Modelo Logístico del Comercio Electrónico
- E-fullfilment

ACTIVIDADES DOCENTES	% DEL TOTAL DE CRÉDITOS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45%	100
Trabajo guiado	27,5%	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40%	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25%	0
Otras actividades	12,5%	0
EVALUACIÓN		

SISTEMA DE EVALUACIÓN	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	50%
Trabajos e informes	40%
Grado de participación en clase: (exposiciones, preguntas, etc.)	10%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Materiales del profesor

LAUDON, KC y TRAVER, CG (2014): "E-Commerce 2013. Negocios, Tecnología y Sociedad". Pearson Educación. México.

SOMALO PECIÑA, I (2017): El Comercio Electrónico "Una guía completa para gestionar la venta online", Esic, Madrid.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ADAMS, C. A. et. al. (2014): "Reinventar la empresa en la era digital". Turner. Madrid.

CISNEROS, E (2017): E-commerce "Comercio electrónico", Marcombo S.A. México.

CHARDONNEAU, R (2014): "Google Analytics - Analice el tráfico de su sitio Web para mejorar los Resultados" (Incluye Universal Analytics). ENI. Barcelona.

ESCRIBANO ARRECHEA, J (2014): "Vender en Internet. Las Claves del Éxito**".** Anaya Multimedia. Madrid.

FLEISCHNER, M H (2013); "SEO Práctico". Anaya Multimedia. Madrid.

MIRANDA VILLALÓN, JA y otros (2014): "Publicidad online". Esic. Madrid.

MORENO MOLINA, M (2014): "El gran libro del Community Manager. Técnicas y Herramientas para sacarle partido a las Redes Sociales y triunfar en Social Media". Gestión 2000 Ediciones S.A. Madrid.

RODRÍGUEZ ARDURA, I (2014): "Marketing Digital y Comercio Electrónico". Pirámide. Madrid.

STALMAN, A (2014): "Brand Off On. El Branding del futuro". Gestión 2000 Ediciones S.A. Madrid.

Idioma en que se imparte
Español
Otra información