



DATOS IDENTIFICATIVOS

Tecnologías de comercio electrónico

Asignatura	Tecnologías de comercio electrónico			
Código	O04G390V01802			
Titulación	Grado en Consultoría y Gestión de la Información			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OP	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Barreiro Alonso, Enrique			
Profesorado	Barreiro Alonso, Enrique López Fernández, Hugo			
Correo-e	enrique@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Asignatura optativa del cuarto curso del grado en Consultoría y Gestión de la Información.			

Competencias de titulación

Código	
A4	1.3 Los principios y capacidades de las TIC y su aplicación en la práctica profesional. (QAA)
A9	1.8 El crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.
A11	2.1 Ejercer un papel de intermediación entre las áreas funcionales de una organización y las tecnológicas al servicio de la información.
A13	2.3 Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.
A15	2.5 Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas. (QAA)
A19	3.2 Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. (QAA)
A27	5.1 Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación.
B4	6.4 Motivación por la calidad y la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Poseer y comprender conocimientos acerca de los principios y capacidades y su aplicación en la práctica profesional	A4
Poseer y comprender conocimientos acerca del crecimiento y la importancia de la economía digital, así como sus implicaciones socioeconómicas en las tecnologías de la información, el comercio electrónico y el comportamiento del consumidor.	A9
Ejercer un papel de intermediación entre las áreas funcionales de una organización y las tecnológicas al servicio de la información.	A11
Proponer, analizar, validar y mantener soluciones informáticas en el contexto de una organización empresarial.	A13
Habilidad para utilizar un amplio rango de sistemas, fuentes de información y herramientas de comunicación o de colaboración electrónicas.	A15

Competencias cognitivas de pensamiento crítico, análisis y síntesis, incluyendo la habilidad para relacionar y ordenar datos, ideas y teorías en un argumento bien estructurado especialmente en los aspectos organizativos y concernientes a la gestión de la información y sus tecnologías, con la finalidad de jugar un papel relevante en la mejora de la calidad de la organización. A19

Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas y a nuevos conocimientos trabajando autónomamente y con espíritu de superación. A27

Motivación por la calidad y la mejora continua. B4

Contenidos

Tema

BLOQUE I - INTRODUCCIÓN	TEMA 1 - Introducción al comercio electrónico TEMA 2 - Modelos de negocio en el comercio electrónico
BLOQUE II - INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	TEMA 3 - Infraestructura del comercio electrónico TEMA 4 - Construcción de un sitio de comercio electrónico TEMA 5 - Seguridad online y sistemas de pago
BLOQUE III - EL NEGOCIO ONLINE	TEMA 6 - Tecnologías para el marketing en el comercio electrónico TEMA 7 - Aspectos éticos, sociales y políticos
BLOQUE IV - EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA PRÁCTICA	TEMA 8 - Servicios y venta al por menor TEMA 9 - Contenidos online TEMA 10 - Redes sociales y subastas online TEMA 11 - Comercio B2B y gestión de la cadena de suministro
PRÁCTICAS DE LABORATORIO	- Diseño, instalación y administración de una tienda online - Tecnologías para campañas online (AdWords) - Herramientas de análisis de datos en el comercio electrónico (Google Analytics)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Prácticas de laboratorio	22	56	78
Presentaciones/exposiciones	4	0	4
Sesión magistral	15	46	61
Pruebas de tipo test	3	0	3
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	4	0	4

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Prácticas de laboratorio	Utilización de sistemas de comercio electrónico: tiendas online, herramientas de campañas de marketing e de análisis de datos de sitios web.
Presentaciones/exposiciones	Preparación en equipo de trabajos relacionados con la asignatura y propuestos por el profesorado. Se expondrán públicamente y se valorará, además del contenido, la comprensión del tema, la presentación y defensa, y la aportación personal razonada.
Sesión magistral	Clase magistral participativa. Solución de problemas. Presentación oral. Aprendizaje colaborativo. Pruebas objetivas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Atención a las necesidades y consultas del alumnado relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se puede desarrollar de forma presencial (directamente en el aula y en los momentos que el profesor tiene asignados a tutorías de despacho) o de forma presencial (a través del correo electrónico o de la plataforma de e-learning).
Prácticas de laboratorio	Atención a las necesidades y consultas del alumnado relacionadas con el estudio y/o temas vinculados con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje. Esta actividad se puede desarrollar de forma presencial (directamente en el aula y en los momentos que el profesor tiene asignados a tutorías de despacho) o de forma presencial (a través del correo electrónico o de la plataforma de e-learning).

Evaluación

Descripción	Calificación
-------------	--------------

Presentaciones/exposiciones	Preparación en equipo de trabajos relacionados con la asignatura y propuestos por el profesorado. Se expondrán públicamente y se valorará, además del contenido, la comprensión del tema, la presentación y defensa, y la aportación personal razonada.	20
Pruebas de tipo test	Examen teórico que recogerá los contenidos correspondientes a la materia impartida. Habrá varios exámenes parciales liberatorios y un examen final. Para poder aprobar la materia se podrá exigir una nota mínima (nunca superior al 5) en esta parte.	20
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Prueba en la que se abordará la capacidad de utilización de las diferentes herramientas utilizadas durante el curso. Habrá varios exámenes parciales liberatorios y un examen final. Para poder aprobar la materia se podrá exigir una nota mínima (nunca superior al 5) en esta parte.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se podrán tener en cuenta otros mecanismos de evaluación para complementar y mejorar la calificación del alumnado:

- Asistencia regular a clases- Participación en clases de teoría y prácticas- Realización de ejercicios y/o trabajos

SEGUNDO PERIODO DE EVALUACIÓN

Se utilizarán las mismas metodologías que en el primer periodo.

Fuentes de información

Kenneth C. Laudon, C. G. Traver, **E-commerce 2013**,

Brian Clifton, **Advanced web metrics with Google Analytics**, 2012,

Andrew Goodman, **Google AdWords : cómo ejecutar campañas rentables en línea**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

(*)/

Sistemas de soporte al negocio electrónico/O04G390V01502