DATOS IDENTIFICATIVOS

Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio

Asignatura	Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el e-Comercio			
Código	V06M101V03205			
Titulacion	Máster Universitario en Comercio Internacional - No Presencial			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Dpto. Externo Informática			
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.gal erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descripción general				

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B4	Dominio de las TIC relacionadas con el comercio internacional.
B5	Trabajar en equipo.
C14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet. Dominio de las operaciones electrónicas, y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos, y estructuras de funcionamiento.
C15	Conocimiento de las distintas aplicaciones de gestión de datos y herramientas informáticas para el comercio electrónico.
C16	Obtención y valoración de información en Internet.
C17	Análisis de software, elección de sistemas y aplicaciones.

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocimiento aplicado de las TIC e Internet en el e-comercio. Conocer, ser capaz de evaluar y planificar el uso de diferentes recursos y herramientas basados en Internet como la Web, herramientas de la Web 2.0, los mercados electrónicos, y los medios de pago electrónicos en el e-comercio.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

Contenidos

Tema	
1. Visión general de las TIC e Internet en el e-comercio.	Las TIC en el e-comercio. El uso de Internet en la actividad comercial.
2. Modelos de e-negocio apoyados por las TIC. Modelos de e-negocio basados en las TIC.	Tipos de modelos de negocio basados en Internet y en el uso intensivo de las TIC.
3. La Web en el e-comercio: diseño, publicidad y posicionamiento en la Red.	Posibilidades de la Web en el e-comercio. E-marketing. Aspectos técnicos.
4. Herramientas basadas en Internet en el e-marketing. Herramientas de análisis.	Análisis de la reputación digital. Análisis de tráfico y seguimiento.
5. La Web 2.0 en el e-comercio. Herramientas y servicios. Imagen digital y e-reputación.	El paradigma de la Web 2.0. Influencia en el e-comercio. herramientas y técnicas. E-reputación.
6. Las TIC en el comercio B2B. E-marketplaces y comunidades virtuales de negocio. E-logistics.	Espacios B2B. E-marketplaces. Influencia de las TIC en la e-logística.
7. Banca electrónica. Fundamentos y servicios para el e-comercio.	Introducción a la banca electrónica. Servicios. Usos. Aspectos técnicos.
8. Transacciones electrónicas. Medios de pago online. Seguridad en las transacciones.	Tipos de transacciones electrónicas. Tipos de medios de pago online. Seguridad en las transacciones.
9. Protección de datos en el e-comercio. Aspectos técnicos y legales.	Introducción a la protección de datos y sus aspectos técnicos.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	7	15.6	22.6
Aprendizaje basado en proyectos	28	58.8	86.8
Examen de preguntas objetivas	1	2.1	3.1

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el/la estudiante.
Aprendizaje basado en proyectos	Los/las estudiantes llevan a cabo la realización de un proyecto o trabajo en un tiempo determinado, para resolver problemas, casos de estudio, o abordar tareas mediante la planificación, diseño y realización de una serie de actividades o ítems evaluables. Se realizará generalmente de manera grupal (individual en caso de modalidad de evaluación global). EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: obligatorio EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: obligatorio

Atención personalizada

Metodologías	**Descripción**
Aprendizaje basado en proyectos	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases de resolución de problemas, de casos de estudio y debate, y del control regular del trabajo realizado. En cualquier circunstancia de docencia (presencial, online o mixta) las sesiones de tutorización podrán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) bajo la modalidad de concertación previa. En la medida de lo posible se atenderán estas solicitudes de tutorización no presencial en un plazo máximo de 3 días hábiles.
Pruebas	**Descripción**
Examen de preguntas objetivas	El alumnado tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de las clases presenciales, estudio de casos, realización de trabajos, y del control regular del trabajo realizado.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje

Aprendizaje basado en proyectos	Los/las estudiantes llevarán a cabo un proyecto, que se evaluará mediante la realización de una serie de actividades evaluables propuestas. Se plantearán 5 actividades evaluables a lo largo del curso, cuya ponderación dentro del conjunto de la materia será de: 20%, 20%, 20%, 10% y 20% (total 90%). Todas ellas serán de entrega obligatoria y se requerirá obtener un mínimo de 4 sobre 10 en cada una de ellas para optar a superar la materia. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obligatoria Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obligatoria Nota mínima para optar a superar la materia: 4 sobre 10 en cada una de las actividades La ponderación de cada actividad en esta modalidad será de 15%,15%,15%, 10% y 15% (total 70%). Véase apartado "Otros comentarios sobre la Evaluación"	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
Examen de preguntas objetivas	Consistirá en una prueba escrita donde se deberán contestar preguntas breves y/o tipo test de selección simple o múltiple. Versarán sobre todos los contenidos de la materia. Su realización será opcional. EVALUACIÓN CONTINUA Y GLOBAL Carácter: realización opcional. En caso de no realizarse, computará con la nota 0 a la hora de calcular la calificación global Nota mínima para optar a superar la materia: no hay	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17

Otros comentarios sobre la Evaluación

MODALIDAD de evaluación continua.

Las condiciones para poder superar la materia por evaluación continua son:

- El/la estudiante deberá seguir de manera asidua la materia a través de la plataforma online destinada para ello.
- Deberá entregar las actividades evaluables, en el plazo que se estipule para cada una de ellas, y obtener una nota >=4 sobre 10 en todas y cada una de ellas.
- Obtener una nota final >=5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los items evaluables (las actividades y el examen)
- La realización del examen, que pondera un 10% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

Quienes no cumplan alguno de estos requisitos se considerará que no han superado la materia.

Una vez superado el plazo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre, el alumnado dispondrá de un plazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente y por escrito, su intención de acogerse al sistema de evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre, renunciando así a la evaluación continua. Para ello, deberá dirigir un correo electrónico al profesor/a responsable de la materia, con copia al coordinador/a del máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de no manifestar esta intención, se entiende que el/la alumno/a sigue la evaluación continua, renunciando a la evaluación global en la convocatoria ordinaria de dicho cuatrimestre.

MODALIDAD de evaluación global.

Los/las estudiantes que no sigan la modalidad de evaluación continua, así como quienes se presenten a las convocatorias de 2ª oportunidad (Julio) u otras convocatorias extraordinarias que puedan establecerse, deberán realizar y entregar, antes de la fecha del examen, todas y cada una de las actividades evaluables que se plantearán en la materia. Y realizar, opcionalmente, el Examen de preguntas objetivas indicado en la sección de Evaluación. En este caso la ponderación será diferente a la de la evaluación continua, calculándose la nota final como:

N=0,15*A1 + 0,15*A2 + 0,15*A3 + 0,10*A4 + 0,15*A5 + 0,30 *B

siendo A1, A2, A3 , A4 y A5 las calificaciones obtenidas en las 5 actividades evaluables antes mencionadas, y "B" la nota obtenida en el examen. Es además condición necesaria obtener una nota >=4 sobre 10 en todas y cada una de las actividades.

Para superar la materia se debe obtener una nota final >=5 sobre 10, como resultado de la media ponderada de los items

evaluables (las actividades y el examen)

La realización del examen, que pondera en este caso un 30% de la nota, no es obligatoria. En caso de no realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos del cálculo de la nota final.

Las fechas de exámenes oficiales de las distintas convocatorias serán las publicadas en la página web del Máster: http://mcinternacional.webs.uvigo.es/

EN CASO DE DUDA, DISCREPANCIA, ERROR DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, U SIMILAR, PREVALECERÁ LO ESPECIFICADO EN LA VERSIÓN EN CASTELLANO DE ESTA GUIA DOCENTE.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Guillén Gorbe, T., **Las TIC en la estrategia Empresarial.**, Anetcom,

Sanagustín E., et al, **Claves para entender el nuevo marketing**,

ICEX, **Manual de e-market services**,

Puig, C., **Los blogs, comunicación empresarial multibanda.**,

Ministerio de Industria, Energía y Turismo, **Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico**,

Rogers, Everett M., **Diffusion of innovations**,

Mark Sweney, **Internet overtakes television to become biggest advertising sector in the UK**,

Joseba Carricas, **Las TIC en mi empresa. Cuestión de estrategia**,

Javier Godoy, **SOCIAL MEDIA DE 3ª GENERACIÓN**, Mind Your Social Media y Mind Your Group, 2012

ditrendia, **Informe Mobile en España y en el Mundo 2015**, ditrendia, 2016

PwC e IE Business School, **Los medios de pago, un paisaje en movimiento**, PwC e IE Business School, 2015

Villanueva, J. et al, **Los blogs corporativos: una opción, no una obligación**, EB-Center y Pwc, 2007

Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail. Casos de éxito**, Fundación Orange,

Fundación Orange, **La transformación digital en el sector retail**, Fundación Orange,

Lluís Cugota, **COMERCIO EXTERIOR E INTERNET**, Infonomía,

Vise, David A., **La Historia de Google : los secretos del mayor éxito empresarial, mediático y tecnológico de nuestro tiempo**, 1, Madrid : La Esfera de los Libros,, 2006

Moore, Geoffrey A., **Cruzando el abismo : cómo vender productos disruptivos a consumidores generalistas**, 1, Gestión 2000, 2015

Stone, Brad, **The Everything store : Jeff Bezos and the age of Amazon**, 1, Corgi Books, 2014

Bertrand Belvaux, Jean-François Notebaert, **Crosscanal et omnicanal : la digitalisation de la relation client**, 1, Dunod, 2015

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, **Marketing 4.0 : moving from traditional to digital**, 1, John Wiley & Sons, 2017

Lashinsky, Adam, **Inside Apple**, 1, John Murray, 2012

Flynt, Oscar, **FinTech: understanding financial technology and its radical disruption of modern finance**, 1, Createspace Independent Publishing Platform, 2016

Marr, Bernard, **Data strategy : how to profit from a world of big data, analytics and the internet of things**, 1, Kogan Page, 2017

Bibliografía Complementaria

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, **Marketing 4.0**, John Wiley & Sons Inc, 2017

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Las TIC en el Comercio Internacional/V06M101V02105

Otros comentarios

Dado el carácter eminentemente práctico de la materia, basada en el desarrollo de competencias que pueden requerir un cierto entrenamiento en el tiempo, y la consiguiente dificultad de evaluar estas competencias en un único examen, se aconseja vehementemente a l@s alumn@s el seguimiento de la modalidad de evaluación continua.

Orientaciones para el estudio:
- La asistencia a las clases presenciales es importante para los alumnos que opten por esta opción, dado el enfoque metodológico y la realización de actividades grupales.
- La planificación adecuada para el respeto de los plazos de entrega y calendarios de actividades es fundamental para los alumnos virtuales.

- La conexión regular (cada dos días al menos) a la plataforma de teledocencia y la participación en las actividades grupales online se consideran fundamentales para el seguimiento de la materia en la modalidad virtual.