



DATOS IDENTIFICATIVOS

Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio

Materia	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio			
Código	V06M101V01205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio			
Profesorado	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es/			
Descrición xeral				

Competencias

Código	
C8	Conocimiento de las nuevas tecnologías de información y comunicaciones aplicadas al comercio internacional
D14	Conocimiento de las plataformas electrónicas, y los mercados a través de Internet.
D15	Dominio de las operaciones electrónicas y de los aspectos colaterales de seguridad, riesgos y estructuras de funcionamiento

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
O obxectivo da materia é o de adquirir un coñecemento aplicado do TIC e Internet no e-comercio.	C8
Coñecer, ser capaces de avaliar e planificar o uso de diferentes recursos e ferramentas baseados en Internet como a Web, ferramentas da Web 2.0, os mercados electrónicos, e os medios de pago electrónicos no e-comercio.	D14 D15

Contidos

Tema	
1. Visión xeral do TIC e Internet no e-comercio.	O TIC no e-comercio. O uso de Internet na actividade comercial.
2. Modelos de e-negocio apoiados polo TIC. Modelos de e-negocio baseados no TIC.	Tipos de modelos de negocio baseados en Internet e no uso intensivo do TIC.
3. A Web no e-comercio: deseño, publicidade e posicionamento na Rede.	Posibilidades da Web no e-comercio. E-mercadotecnia. Aspectos técnicos.
4. Ferramentas baseadas en Internet no e-mercadotecnia. Ferramentas de análises.	Análise da reputación dixital. Análise de tráfico e seguimento.
5. A Web 2.0 no e-comercio. Ferramentas e servizos. Imaxe dixital e e-reputación.	A paradigma da Web 2.0. Influencia no e-comercio. ferramentas e técnicas. E-reputación.
6. O TIC no comercio B2B. E-marketplaces e comunidades virtuais de negocio. E-*logistics.	Espazos B2B. E-marketplaces. Influencia do TIC na e-loxística.

7. Banca electrónica. Fundamentos e servizos para o e-comercio.	Introdución á banca electrónica. Servizos. Usos. Aspectos técnicos.
8. Transaccións electrónicas. Medios de pago *online. Seguridade nas transaccións.	Tipos de transaccións electrónicas. Tipos de medios de pago *online. Seguridade nas transaccións.
9. Protección de datos no e-comercio. Aspectos técnicos e legais.	Introdución á protección de datos e os seus aspectos técnicos.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Lección maxistral	7	15.6	22.6
Metodoloxías integradas	28	58.8	86.8
Outras	1	2.1	3.1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.
Metodoloxías integradas	Os estudantes levan a cabo a realización dun proxecto ou traballo nun tempo determinado, para resolver un problema ou abordar unha tarefa mediante a planificación, deseño e realización dunha serie de actividades ou ítems avaliábeis. Realízase xeralmente de maneira grupal (individual en caso de non asistentes).

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Metodoloxías integradas	O alumno terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases presenciais, estudo de casos, realización de traballos, e do control regular do traballo realizado.
Probas	Descrición
Outras	O alumno terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases presenciais, estudo de casos, realización de traballos, e do control regular do traballo realizado.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Metodoloxías integradas	Os estudantes levarán a cabo a realización dun proxecto mediante a realización dunha serie de traballos e actividades avaliábeis propostas. Avaliaranse cada un destes traballos e actividades elaborados polos alumnos, de maneira xeralmente grupal (individual en caso de non asistentes).	90	C8 D14 D15
Outras	Consistirá nunha proba escrita onde se deberán resolver problemas, e/ou contestar preguntas de desenvolvemento, e/ou breves e/ou tipo test. Versarán sobre todos os contidos da materia.	10	C8 D14 D15

Outros comentarios sobre a Avaliación

A avaliación anterior é válida para alumnos que sigan a avaliación continua. As condicións para ser avaliados por avaliación continua son:

- Para os alumnos en modalidade presencial: deberán asistir a un mínimo do 75% das horas presenciais da materia.
- Para os alumnos en modalidade virtual: deberán utilizar a plataforma de teledocencia posta á súa disposición de forma suficientemente asidua (tipicamente polo menos cada 2 días) para estar ao tanto do progreso da materia, así como a participación adecuada e regular nas actividades online grupales.

Quen non cumpra estes requisitos considerarase que non seguen a modalidade de avaliación continua. Por tanto serán avaliados por exame final (ver máis abaixo).

Alternativamente, o alumno que a pesar de cumprir estas condicións non queira ser avaliado por avaliación continua pode renunciar explicitamente á avaliación continua solicitándoo por escrito ao profesor da materia, antes da 3ª semana de docencia. Ou se ao longo do curso acredita documentalmente e de maneira suficiente algunha causa sobrevinda que obxectivamente lle impida seguir a avaliación continua. En caso contrario, todo alumno que cumpra as condicións descritas

será avaliado por avaliación continua.

De maneira xeral, para os alumnos presenciais ou virtuais, avaliados por avaliación continua, que cumprisen todos os requisitos indicados para optar a superar a materia por esta vía, a nota final N do alumno obterase como:

$$N=0,9*A+0,1*B$$

Sendo:

- A o resultado da media ponderada (en función da carga de traballo estimada) das notas obtidas en cada actividade ou ítem avaliable do apartado de Metodoloxías integradas.
- E B a nota obtida no apartado de Outras (proba escrita).

Tanto A como B puntuaranse entre 0 e 10.

Entenderase superada a materia se dita nota final N é maior ou igual que 5 sobre 10.

É ademais requisito imprescindible para poder optar a superar a materia por avaliación continua o realizar e entregar, nos prazos marcados para cada modalidade, todas as actividades ou ítems avaliables na parte A (metodoloxías integradas) e obter unha puntuación igual ou superior a 4 sobre 10 en todas e cada unha delas (de maneira xeral cada módulo da materia constará dun ou máis ítems avaliables). En caso contrario considerarase automaticamente a materia como non superada. Poderán existir actividades de entrega obrigatoria pero que só se avalíen como apta/non apta, nese caso requirirase que sexa entregada e avaliada como apta para para optar a superar a materia, pero non entrarán no cálculo da media A antes mencionada.

Para os alumnos que sigan a avaliación continua pero que non cumprisen algún dos requisitos imprescindibles antes descritos para superar a materia na súa correspondente modalidade (entrega de todas as actividades ou ítems avaliables dentro dos prazos, obtención da nota mínima en todas as actividades ou ítems avaliables, nota final resultante ≥ 5), a nota final N nunca poderá superar 4,9 sobre 10, e se calculará por elo como:

$$N=\text{mínimo}(0,9*A+0,1*B ; 4,9)$$

É dicir, como se indica na fórmula, a nota final N será o mínimo de entre os valores de $(0,9*A+0,1*B)$ e 4,9.

Os alumnos que non sigan a modalidade de avaliación continua, así como aqueles que se presenten ás convocatorias de Xullo ou outras convocatorias extraordinarias que poidan establecerse, deberán presentarse ao exame que se realizará na data establecida para as convocatorias oficiais da materia, para optar a superar a materia, e obter unha nota maior ou igual a 5 sobre 10.

EN CASO DE DÚBIDA, DISCREPANCIA,ERRO DE TRADUCCIÓN, INCOMPLETITUD, INTERPRETACIÓN, OU SIMILAR, PREVALECERÁ O ESPECIFICADO NA VERSIÓN EN CASTELÁN DESTA GUIA DOCENTE.

Bibliografía. Fontes 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.,**

ELEPHANT AT WORK, **The Digital Emergency,**

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

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

As TIC no Comercio Internacional/V06M101V01105

Outros comentarios

Orientacións para o estudo:

- A asistencia ás clases presenciais é importante para os alumnos que opten por esta opción, dado o enfoque metodolóxico e a realización de actividades individuais e grupales.

- A planificación adecuada para o respecto dos prazos de entrega e calendarios de actividades é fundamental para os alumnos virtuais.
