



DATOS IDENTIFICATIVOS

Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio

Materia	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacións no e-Comercio			
Código	V06M101V02205			
Titulación	Máster Universitario en Comercio Internacional - Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique de Prado Losada, Ana María García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	jdacosta@uvigo.es erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descrición xeral				

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B4	Dominio das TIC relacionadas co comercio internacional.
B5	Traballar en equipo.
C14	Coñecemento das plataformas electrónicas, e os mercados a través de Internet. Dominio das operacións electrónicas, e dos aspectos colaterais de seguridade, riscos, e estruturas de funcionamento.
C15	Coñecemento das distintas aplicacións de xestión de datos e ferramentas informáticas para o comercio electrónico.
C16	Obtención e valoración de información na internet.
C17	Análise de software, elección de sistemas e aplicacións.

Resultados previstos na materia

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. 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.	A5 B4 B5 C14 C15 C16 C17

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
Aprendizaxe baseado en proxectos	28	58.8	86.8
Exame de preguntas obxectivas	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. AVALIACIÓN CONTINUA Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Asistencia: non obrigatoria
Aprendizaxe baseado en proxectos	Os/as estudantes levan a cabo a realización dun proxecto ou traballo nun tempo determinado, para resolver problemas, casos de estudo, ou abordar tarefas mediante a planificación, deseño e realización dunha serie de actividades ou ítems avaliábeis. Realízase xeralmente de maneira grupal (individual en caso de modalidade de avaliación global). AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: obrigatorio Asistencia: obrigatoria AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio Asistencia: non obrigatoria

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Aprendizaxe baseado en proxectos	O alumnado 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. O alumno terá un seguimento continuo e unha atención personalizada, a través das clases de resolución de problemas, de casos de estudo e debate, e do control regular do traballo realizado. En calquera circunstancia de docencia (presencial, online ou mixta) as sesións de tutorización poderán realizarse por medios telemáticos (correo electrónico, videoconferencia, foros de Moovi, ...) baixo a modalidade de concertación previa. Na medida do posible atenderanse estas solicitudes de tutorización non presencial nun prazo máximo de 3 días hábiles.
Probas	Descrición
Exame de preguntas obxectivas	O alumnado 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		
<p>Aprendizaxe baseado en proxectos</p> <p>Os/as estudantes levarán a cabo a realización dun proxecto, que se avaliará mediante a realización dunha serie de actividades avaliábles propostas. Exporanse 5 actividades avaliábles ao longo do curso, cuxa ponderación dentro do conxunto da materia será de: 20%, 20%, 15%, 15% e 20% (total 90%). Todas elas serán de entrega obrigatoria e requirirase obter un mínimo de 4 sobre 10 en cada unha delas para optar a superar a materia.</p> <p>AVALIACIÓN CONTINUA Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades</p> <p>AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades A ponderación de cada actividade nesta modalidade será de 15%,15%,15%, 10% e 15% (total 70%). Véxase o apartado "Outros comentarios sobre a Avaliación"</p>	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
<p>Exame de preguntas obxectivas</p> <p>Consistirá nunha proba escrita onde se deberán contestar preguntas breves e/ou tipo test de selección simple ou múltiple. Versarán sobre todos os contidos da materia. A súa realización será opcional.</p>	10	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17

Outros comentarios sobre a Avaliación

MODALIDADE DE avaliación continua

As condicións para poder superar a materia por avaliación continua son:

- O/a estudante deberá asistir a un mínimo do 75% das horas presenciais da materia.
- Deberá entregar as actividades avaliábles, no prazo que se estipule para cada unha delas, e obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha delas.
- Obter unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliábles (actividades e o exame)
- A realización do exame, que pondera un 10% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

Quen non cumpran algún destes requisitos considerarase que non superaron a materia.

Alternativamente, o/a estudante que non queira ser avaliado/a por avaliación continua debe renunciar explicitamente á avaliación continua solicitándoo por escrito ao profesor da materia, antes da 5ª semana de docencia.

MODALIDADE DE avaliación global

Os/as estudantes que non sigan a modalidade de avaliación continua, así como quen se presente ás convocatorias de 2ª oportunidade (Julio) ou outras convocatorias extraordinarias que poidan establecerse, deberán realizar e entregar, antes da data do exame, todas e cada unha das actividades avaliábles que se exporán na materia. E realizar, opcionalmente, o Exame de preguntas obxectivas indicado na sección de Avaliación. Neste caso a ponderación será diferente á da avaliación continua, calculándose a nota final como:

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

sendo A1, A2, A3, A4 e A5 as cualificacións obtidas nas 5 actividades avaliábles antes mencionadas, e "B" a nota obtida no exame. É ademais condición necesaria obter unha nota ≥ 4 sobre 10 en todas e cada unha das 5 actividades.

Se superará a materia se se obtén unha nota final ≥ 5 sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliábles (as actividades e o exame)

A realización do exame, que pondera neste caso un 30% da nota, non é obrigatoria. En caso de non realizarse, se puntuará con 0 puntos a efectos do cálculo da nota final.

As datas de exames oficiais das distintas convocatorias serán as publicadas na páxina web do Máster:
<http://mcinternacional.webs.uvigo.es/>

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.,**

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

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

As TIC no Comercio Internacional/V06M101V02105

Outros comentarios

Dado o carácter eminentemente práctico da materia, baseada no desenvolvemento de competencias que poden requirir un certo adestramento no tempo, e a consecuente dificultade de avaliar estas competencias nun único exame, aconséllase vehementemente aos estudantes o seguimento da modalidade de avaliación continua.

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 grupais.
- A planificación adecuada para o respecto dos prazos de entrega e calendarios de actividades é fundamental para os alumnos virtuais.
- A conexión regular (cada dous días polo menos) á plataforma de teledocencia e a participación nas actividades grupais online considéranse fundamentais para o seguimento da materia na modalidade virtual.