



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio

Materia	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicaci3ns no e-Comercio			
Código	V06M101V03205			
Titulaci3n	Máster Universitario en Comercio Internacional - Non Presencial			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4.5	OB	1	2c
Lingua de impartici3n	Castelán			
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	<a href="http://moovi.uvigo.gal/">http://moovi.uvigo.gal/</a>			
Descruci3n xeral				

## Resultados de Formaci3n 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 operaci3ns electrónicas, e dos aspectos colaterais de seguridade, riscos, e estruturas de funcionamento.
C15	Coñecemento das distintas aplicaci3ns de xesti3n de datos e ferramentas informáticas para o comercio electrónico.
C16	Obtenci3n e valoraci3n de informaci3n na internet.
C17	Análise de software, elecci3n de sistemas e aplicaci3ns.

## Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formaci3n 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.
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
	AVALIACIÓN GLOBAL Carácter: obrigatorio

### 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

Aprendizaxe baseado en proxectos	Os/as estudantes levarán a cabo a realización dun proxecto, que se avaliará mediante a realización dunha serie de actividades avaliáveis propostas. Exporanse 5 actividades avaliáveis 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.	90	A5	B4 B5	C14 C15 C16 C17
	<b>AVALIACIÓN CONTINUA</b> Carácter: entrega obrigatoria Nota mínima para optar a superar a materia: 4 sobre 10 en cada unha das actividades				
	<b>AVALIACIÓN GLOBAL</b> 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"				
Exame de preguntas obxectivas	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.	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 seguir de maneira asidua la materia a través da plataforma online destinada para elo.
- Deberá entregar as actividades avaliáveis, no prazo que se estipule para cada unha delas, e obter unha nota  $\geq 4$  sobre 10 en todas e cada unha delas.
- Obter unha nota final  $\geq 5$  sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliáveis (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 considerárase que non superaron a materia.

Unha vez superado o prazo dun mes desde o comezo do cuadrimestre, o alumnado dispoñerá dun prazo de 10 días hábiles para manifestar, formalmente e por escrito, a súa intención de acollerse ao sistema de avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre, renunciando así á avaliación continua. Para iso, deberá dirixir un correo electrónico ao profesor/a responsable da materia, con copia ao coordinador/a do máster (mcinternacional@uvigo.es). En caso de non manifestar esta intención, enténdese que o/a alumno/a segue a avaliación continua, renunciando á avaliación global na convocatoria ordinaria do devandito cuadrimestre.

#### 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 avaliáveis 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 avaliáveis antes mencionadas, e "B" a nota obtida no exame. É ademais condición necesaria obter unha nota  $\geq 4$  sobre 10 en todas e cada unha das 5 actividades.

Se superará a materia se se obtén unha nota final  $\geq 5$  sobre 10, como resultado da media ponderada dos items avaliáveis (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.