



DATOS IDENTIFICATIVOS

Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacóns no e-Comercio

Materia	Novas Tecnoloxías da Información e as Comunicacóns 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			
Profesorado	Castro Rascado, Enrique García Rosello, Emilio González Dacosta, Jacinto			
Correo-e	erosello@uvigo.es			
Web	http://moovi.uvigo.gal/			
Descrición xeral				

Competencias

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 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.	A5
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.	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 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
Aprendizaxe baseado en proxectos	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. 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 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
Aprendizaxe baseado en proxectos	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	A5 B4 C14 B5 C15 C16 C17
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.	10	A5 B4 C14 B5 C15 C16 C17

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

- Para estudantes en modalidade presencial: deberán asistir a un mínimo do 75% das horas presenciais da materia.
- Para estudantes 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 considerárase que non seguen a modalidade de avaliación continua. Por tanto serán avaliados por a modalidade para alumnado que non segue a modalidade de avaliación continua.

Alternativamente, o/a estudante 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/a estudante que cumpra as condicións descritas será avaliado/a por avaliación continua.

De maneira xeral, para os/as estudantes presenciais ou virtuais, avaliados/as por avaliación continua, que cumprisen todos os requisitos indicados para optar a superar a materia por esta vía, a nota final N 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 Aprendizaxe baseado en proxectos .
- E "B" a nota obtida no apartado de Probas de resposta curta.

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 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 considerárase 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/as estudantes 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 realizar e entregar, antes da data do exame, todas as actividades ou ítem avaliables dos apartados de Aprendizaxe baseado en proxectos que se teñan plantexado na materia. E realizar o Exame de preguntas obxectivas indicado na sección de Avaliación. Neste caso, a nota final será:

$$N=0,65*A + 0,35 *B$$

sendo A a nota obtida nas actividades do apartado de Aprendizaxe baseado en proxectos , calculada tal e como se indicou previamente; e B a nota obtida no Exame de preguntas obxectivas.

En calquera caso é altamente recomendable que o/a estudante comunique ao docente a súa intención de seguir esta modalidade de avaliación para recibir as indicacións pertinentes.

As datas de exames oficiais das distintas convocatorias serán as publicadas na páxina web do Máster:

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 recomienda 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.