FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	36535
Nombre	Comercio Electrónico y Distribución Digital
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	Facultad de Economía	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA	29 - Comercio Electrónico y Distribución Digital	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
TUBILLEJAS ANDRES, BERTA	43 - Comercialización e Investigación de Mercados

RESUMEN

La materia de Comercio Electrónico y Distribución Digital es una asignatura optativa del cuarto curso del Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios (BIA). En esta asignatura se introducirá al estudiante en el conocimiento de las herramientas de la distribución digital, permitiendo que se familiarice con conceptos básicos de comercio electrónico y omnicanalidad. Se aportan al estudiante los conocimientos, las habilidades y las destrezas necesarias que permitan comprender la distribución online de productos y servicios y analizar las gestiones de las compras de los usuarios online para obtener información relevante para la toma de decisiones estratégicas de la empresa.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se requieren conocimientos previos distintos a los de acceso al título. Sin embargo, es importante la comprensión de los elementos que conforman la distribución de las organizaciones, previamente analizados en la asignatura de Marketing Digital del primer curso de la titulación.
No existen restricciones con respecto a otras asignaturas del cuarto curso.

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1332 - Grado en Inteligencia y Analítica de Negocios/BIA

- Conocimiento de materias básicas que capacite para el aprendizaje de nuevos métodos y tecnologías, y que le dote de versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones en los ámbitos académico y profesional.
- Capacidad para resolver problemas, y para comunicar y transmitir conocimientos, habilidades y destrezas, comprendiendo la responsabilidad ética, igualitaria y profesional de la actividad de la Inteligencia y Analítica de Negocios.
- Capacidad para la realización de modelos, cálculos e informes, así como para la planificación de tareas en el campo específico de la Inteligencia y Analítica de Negocios.
- Capacidad de acceso y gestión de la información en diferentes formatos para su posterior análisis a fin de obtener conocimiento a través de datos.
- Capacidad para tomar decisiones de forma autónoma en entornos digitales caracterizados por la abundancia y dinamismo de los datos.
- Capacidad para aplicar métodos analíticos y matemáticos para el análisis de los problemas económicos y empresariales.
- Comprender el impacto de las variables económicas, político-legales, socioculturales, tecnológicas y medioambientales sobre la actividad empresarial.
- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas.
- Capacidad de aprendizaje autónomo.
- Capacidad para utilizar las TIC, tanto en el ámbito de estudio como en el desarrollo profesional.
- Capacidad para definir, resolver y exponer de forma sistémica problemas complejos.
- Capacidad para trabajar en equipo, con el compromiso por la calidad, la ética, la igualdad entre personas y la responsabilidad social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

ü Conocimiento de las herramientas de la distribución digital, permitiendo que se familiarice con conceptos básicos de comercio electrónico y onmnicanalidad

ü Desarrollar la distribución online de productos y servicios

ü Ser capaz de aplicar el análisis de compra online

ü Aplicar los conocimientos aprendidos en cada tema a la resolución de casos prácticos

ü Fomentar la capacidad analítica del estudiante a partir de la lectura y discusión de artículos específicos sobre los contenidos del programa

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El comercio eletrónico

2. Analítica en el comercio electrónico

3. Distribución digital

4. Omnicanalidad

5. Atribución del embudo de ventas

6. Logística y entrega: e-logística y atención al cliente

7. Tecnologías y estrategias

8. Tecnologías inmersivas y sus aplicaciones

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	30,00	100
Prácticas en aula informática	30,00	100
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Estudio y trabajo autónomo	25,00	0
Lecturas de material complementario	5,00	0
Preparación de clases de teoría	20,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	20,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clase teórica presencial para presentar los contenidos teóricos esenciales de la materia, incluyendo conceptos teóricos con ejemplos prácticos y otras actividades adicionales que fomentarán la comprensión de contenidos y el pensamiento crítico.

Clases prácticas presenciales, relativas a la resolución de problemas, estudios de casos, con aplicación de técnicas, presentaciones orales, debates, individualmente y/o en equipo.

Trabajo autónomo supervisado y basado en la realización de ejercicios, casos prácticos y cuestiones a debatir o experimentos on-line, con apoyo tutorial.

EVALUACIÓN

La asignatura de Comercio Electrónico y Distribución Digital se evaluará a partir de los siguientes criterios y teniendo en cuenta que la nota final de la asignatura se calculará a partir del promedio de la evaluación de la parte teórica y la parte práctica, siempre que ambas partes se aprueben separadamente para poder superar la asignatura.

- La parte teórica (50%) consistirá en un examen. Para que la nota de teoría cuente para la media de la asignatura, el estudiante deberá obtener un mínimo de 2,5 puntos (del máximo de 5) en el examen final. Preguntas de test y/o preguntas cortas de desarrollo son las diferentes modalidades posibles a plantear en dicho examen. Tanto las preguntas de test como las preguntas cortas pueden ser tanto de contenidos teóricos como de contenidos teóricos aplicados a la práctica. Esta parte de la evaluación es recuperable en la segunda convocatoria de examen. En caso de aprobar la parte teórica y suspender la parte práctica en 1º convocatoria la nota de teoría se podrá guardar para la segunda convocatoria.

- La parte práctica (50%) consistirá en un proceso de evaluación continua donde se elaborarán diferentes actividades que servirán para demostrar la adquisición de los conocimientos propuestos para cada tema. Para que la nota de práctica cuente para la media de la asignatura, el/la estudiante deberá obtener un mínimo de 2,5 puntos (del máximo de 5) en la evaluación continua. En caso de aprobar la parte práctica y suspender la parte teórica en 1º convocatoria, la nota de práctica podrá guardarse para la segunda convocatoria.

En caso de que no consiga ese mínimo para aprobar como resultado de la evaluación continua en primera convocatoria, deberá entrega obligatoriamente en un único documento pdf las prácticas propuestas por el profesorado y resueltas individualmente por el alumno/a (sobre 1 punto) y examen de prácticas que podrá contener preguntas vinculadas a las actividades prácticas realizadas durante el curso, experiencias y casos analizados en el módulo teórico o nuevas situaciones practicas relacionadas con la teoría aprendida (sobre 4 puntos). La suma de las 2 notas será la evaluación de la parte de práctica (5 puntos). **El/la estudiante deberá obtener un mínimo de 2,5 puntos en esta parte para poder aprobar la asignatura**.

NOTAS IMPORTANTES RESPECTO A LA EVALUACIÓN:

- Es necesario aprobar separadamente la parte teórica (obtener como mínimo 2,5 puntos) y la parte práctica (obtener como mínimo 2,5 puntos) para poder superar la asignatura.

- El alumno/a que por causa justificada documentalmente (p.ej. contrato de trabajo con horario incompatible con la asistencia a las sesiones prácticas) no pueda venir a clase, deberá justificarlo antes del 11 de febrero de 2024 al profesor/a de la asignatura, al objeto de poder configurar el profesorado un sistema individualizado de evaluación continua de la parte de prácticas al alumno/a en cuestión. Este/esta estudiante deberá presentar las actividades de forma individual a través de aula virtual en los plazos establecidos en la asignatura. Ningún otro/otra estudiante podrá acogerse a este sistema individualizado.

- Los/las estudiantes que no participen en la evaluación continua bien presencialmente en clase o bien por seguimiento individualizado en caso de causa justificada, se considerará que no han alcanzado el mínimo de nota necesario para aprobar en 1ª convocatoria y serán evaluados en la 2ª convocatoria, tal y como se describe para el caso de los alumnos/as que suspenden en 1ª convocatoria.

REFERENCIAS

Básicas

- Gallino, S. y Moreno, A. (2019): Operations in an Omnichannel World. Springer
- Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. (2018): Marketing 4.0: transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital (1ª edición). LID editorial empresarial
- Jung, T. Tom Dieck, M. C. y Rauschnabel P. A. (2021): Augmented Reality and Virtual Reality: Changing realities in a Dynamic World (conference procedings). Springer

- Laudon, K. C. y Guercio Traver, C. (2022): E-commerce 2021-2022: business, technology and Society (17th Edition). Pearson
- Meier, A. y Stoermer, H. (2009): E-business and e-commerce: Managing the digital value chain. Springer
- Rodriguez_Ardura, I. (2020): Marketing digital y comercio electrónico (2ª edición). Editorial Pirámide. Madrid
- Tom Dieck, M. C., Hung, T. H. y Loureiro, S. M. C. (2021): Augmented Reality and Virtual Reality: New Trends in Immersive Technology (conference procedings). Springer
- Turban, E. et al (2018): Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective (9th Edition). Springer