

Guía Docente: Comercio Electrónico

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Ciencias y Tecnología
Titulación	Grado en Ingeniería Informática
Plan de estudios	2012
Especialidad/Mención	Mención en Gestión y desarrollo de proyectos Web
Materia	Gestión y desarrollo de proyectos Web
Carácter	Optativo
Período de impartición	Tercer Trimestre
Curso	Cuarto
Nivel/Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	Ninguno

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Cristina Romero Tris	Correo electrónico	cristina.romero.tris@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Ciencias y Tecnología
Perfil Profesional 2.0	LinKedin		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<p>Asignaturas de la materia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio Electrónico • Diseño y Administración Avanzada de Bases de Datos • Metodologías de Desarrollo Ágil • Servicios y Aplicaciones Orientadas a la Web • Servidores Web de Altas Prestaciones • Software Libre y de Código Abierto
<p>Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional</p>	<p>El E-Commerce o comercio electrónico es, a día de hoy una de las formas preferidas por los consumidores para realizar sus compras. El comercio electrónico ha permitido a muchas empresas alcanzar, con inversiones económicas mínimas, ventajas competitivas hasta hace poco tiempo impensables.</p> <p>Entendemos el comercio electrónico como las transacciones comerciales efectuadas por vía electrónica, utilizando la tecnología de intercambio de datos, protocolos seguros y servicios de pago electrónico.</p> <p>El E-Commerce ha cambiado para siempre los modelos tradicionales de negocio y su volumen de crecimiento sigue imparable. Debido a la relativamente baja inversión económica que requiere, es una gran alternativa de emprendimiento en Internet que posibilita abrir nuevos mercados y llegar a nuevos clientes en todo el mundo.</p> <p>El éxito de todo negocio de comercio electrónico, pasa invariablemente por establecer un plan de negocio detallado que incluya unos objetivos y metas realistas. Elegir el nicho de mercado adecuado y la promoción intensiva online, fundamentalmente en buscadores y redes sociales del comercio, serán los factores clave que propiciarán el éxito del negocio en cuestión. Además, hay que añadir la elección del nombre de dominio correcto, del software y las herramientas adecuadas para la implementación del mismo.</p> <p>El comercio electrónico supera en España los 6.700 millones de euros en el primer trimestre de 2017, un 24,8% más que el año anterior, según los últimos datos de comercio electrónico facilitados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.</p> <p>Esta materia se engloba dentro de la Mención en Gestión y Desarrollo de Proyectos Web.</p>

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<p>Competencias de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CR13: Conocimiento y aplicación de las herramientas necesarias para el almacenamiento, procesamiento y acceso a los Sistemas de información, incluidos los basados en la Web. • CMW03: Conocimiento sobre aplicaciones de gestión empresarial y su aplicación en entornos corporativos, así como diseñar soluciones de sistemas de información basadas en las tecnologías existentes. • CMW04: Capacidad para conocer y comprender los principios básicos y características más importantes del software libre y de código abierto, así como capacidad para el desarrollo de proyectos haciendo uso del mismo.
<p>Resultados de aprendizaje de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conoce las características más importantes de una tienda virtual (panel de control, catálogo, registro de clientes y pedidos, carrito de la compra, formas de pago, etc.) y es capaz de afrontar su diseño e integración con un sistema de información ERP. • Conoce el nivel de seguridad, ventajas e inconvenientes de cada uno de las principales técnicas y pasarelas de pagos electrónicos. • Conoce y es consciente de los requisitos legales aplicables al comercio electrónico (tratamiento de datos personales, derechos de autor de una interfaz web, etc.).

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<p>Breve descripción de la asignatura</p>	<p>El comercio ha cambiado y los conceptos que antes se manejaban de forma física pasan a ser conceptos "virtuales": tienda virtual, firma digital y e-factura, entre otros. Trabajar en esta área requiere del alumno unos altos niveles de conciencia y conocimientos en seguridad, que habrá ido obteniendo a lo largo de diferentes asignaturas del Grado. Por otro lado, se estudiarán conceptos como internacionalización, dado el carácter internacional del comercio electrónico, y el marco legal del mismo (directivas comunitarias, ley de sociedad de la información LSSI, ley tratamiento de datos personales LODP).</p>
<p>Contenidos</p>	<p>UD 1: Introducción al comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición del comercio electrónico • Diferencia entre e-commerce y e-business • Ocho características de la tecnología del comercio electrónico • Tipos de comercio electrónico • Ventajas del comercio electrónico <p>UD2: Tecnologías para el desarrollo de comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketplaces horizontales y verticales • SaaS y Cloud Solutions • Soluciones Open Source • Tienda online con WordPress • Tienda online con Joomla • Tienda online con Drupal • Desarrollo a medida <p>UD3: Elementos fundamentales de una tienda online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra impulsiva y compra por impulso • Elementos de una tienda online • Medios de pago • Pasarelas de pago <p>UD4: Marketing, venta multicanal y logística de un comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de Marketing • Venta multicanal • Logística de la tienda online <p>UD5: Atención al cliente y aspectos legales del comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente • Herramientas para mejorar la atención al cliente • Aspectos legales del comercio electrónico • Seguridad al consumidor <p>UD 6: Creación de una tienda online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elección del Hosting • Instalación del software • Configuración básica de la tienda • Implementación de formas de pago

METODOLOGÍA

Actividades formativas

En cada una de las 6 Unidades didácticas, el alumnado deberá llevar a cabo actividades que le conduzcan a la asimilación de los conceptos y a su puesta en práctica. Entre otros, se pondrán las siguientes actividades:

- **Estudio de Caso real de aplicación práctica:** Se plantearán estudios de caso real en varias unidades didácticas sobre algún tema de la unidad. Se trata de ejercicios introductorios sobre el que se deberá investigar en la web para resolverlos y donde el alumno deberá utilizar los recursos necesarios aplicando los conceptos y aspectos desarrollados en las unidades didácticas. Han de servir además como motivación y conducción del pensamiento reflexivo personal.
- **Contenidos teóricos:** Texto Canónico donde se explican los nuevos conceptos de cada unidad didáctica, apoyado por el uso de material gráfico y enlaces a información multimedia que ayuden a la mejor comprensión de dichos conceptos. Además, en cada unidad didáctica se incluyen actividades autoevaluables (no computables para la calificación final) para ayudar al alumnado en el proceso de asimilación de contenidos de cada una de las diferentes unidades didácticas.
- **Cuestionarios:** cuestionario evaluable que servirán para poner a prueba los conocimientos adquiridos.
- **Foros de Debate:** Los alumnos debatirán para aportar ideas sobre temas de la asignatura, relacionados con aspectos de la vida cotidiana.
- **Trabajo Colaborativo:** Se planteará un ejercicio práctico relacionado con los contenidos de la asignatura, y que deberá resolverse siguiendo alguna técnica de trabajo colaborativo grupal.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

En caso de que la situación sanitaria impida la realización presencial de los exámenes con todas las garantías, la Universidad Isabel I celebrará dichas pruebas en modalidad online. Para la realización de dichos exámenes, la universidad incorporará la herramienta de proctoring a nuestra plataforma tecnopedagógica, con el objetivo de garantizar los procesos de autenticación del alumno, como el control del entorno durante el desarrollo de las pruebas de evaluación. A su vez, la Universidad Isabel I pondrá a disposición del alumnado una Unidad de Exámenes Online específica para ofrecer apoyo técnico durante todo el proceso y así solventar todas las incidencias que se puedan presentar.

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica

ADIGITAL (2013). *Libro blanco del comercio electrónico*. Madrid: Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información.

Esta obra está coordinada por la Asociación Española de la Economía Digital (adigital) y forma parte de las acciones puestas en marcha por el programa Vendes en Internet?, impulsado por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), a través de red.es. En él se ponen de manifiesto todos los aspectos fundamentales a la hora de crear una tienda online: tecnologías, Marketing, logística de la tienda, comercio electrónico móvil, aspectos legales, etc.

Laudon, K. & Guercio, C. (2014). *E-commerce 2013. Negocios, tecnología y sociedad*. (9ª Ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.

Libro fundamental ya que presenta multitud de casos prácticos y ejemplos de empresas dedicadas al comercio electrónico, ofreciendo una perspectiva del mismo desde el punto de vista de los negocios, la tecnología y la sociedad. Libro muy extenso recomendado por todas las escuelas de Marketing para entender el fenómeno del comercio electrónico en nuestros días.

Bibliografía complementaria

FACUA (2015). *Internet y comercio electrónico. Tus derechos en las nuevas tecnologías*. Madrid: FACUA

Fonseca, A. (2015). *Fundamentos del e-commerce. Tu guía de comercio electrónico y negocios online*. Palma de Mallorca.

INTECO (2010). *Guía sobre seguridad y privacidad en el comercio electrónico*. Ministerio de Industria, turismo y comercio.

Kaba, I. (2008). *Elementos básicos de comercio electrónico*. La Habana: Editorial Universitaria.

Kanlli (2016). *Estudio evolución y perspectivas de e-commerce para 2016*. Madrid.

Kenneth, C. & Guercio, C. (2009). *E-commerce: negocios, tecnología, sociedad*. México: Prentice Hall.

Parrilla, L. (2015). *E-commerce y pago seguro*. Madrid: Universidad Carlos III

Ramos, J. (2015). *E-commerce 2.0. Cómo montar su propio negocio de comercio electrónico*. Smashwords.

Otros recursos

1and1 Internet España. (2014). Cómo configurar tu 1&1 Tienda Online. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=V-swllrdHmo>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016). Estadísticas de comercio electrónico. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de <http://data.cnmec.es/datagraph/index.jsp>

Drupal Hispano. (2016). Drupal Hispano. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <http://drupal.org.es/drupal>

JoomShopping (2016). JoomShopping sobre Joomla. Recuperado el 16 de Julio, de <http://extensions.joomla.org/extensions/extension/e-commerce/shopping-cart/joomshopping>

Magento (2016). Portal de Magento. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <https://magento.com/>

Magentocommerce. (2009). Welcome to Magento. Recuperado el 7 de Julio de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=BBvsB5PcitQ>

Ozongo. (2014). Impulsa Tu Negocio Online. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=kSLiGAYt1a0>

Prestashop (2016). Portal de Prestashop. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <https://www.prestashop.com/es/>

Prestashop. (2015). Presentación de PrestaShop. Recuperado el 7 de Julio de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=EjleZUCMTRg&list=PLyZYn1MMU7-y_rTFsY3ZgiEziDsDWFC1W

Shopify. (2015). Shopify Experts. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de <https://vimeo.com/114726758>

Ubercart (2016). Ubercart sobre Drupal. Recuperado el 11 de Julio de 2016, de <https://www.drupal.org/documentation/modules/ubercart>

Wix. (2014). Cómo agregar la Tienda Online a tu sitio web. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de https://www.youtube.com/watch?v=pc_ux88-L64&list=PLSUKP_5z0eicEdyJSmk15LoQyALb-NFeY&index=6

WooCommerce. (2015). WooCommerce Overview. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=1KahlicghaE>

WordPress. (2016). WooCommerce. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de <https://es.wordpress.org/plugins/woocommerce/>

WP Ecommerce (2016). WP Ecommerce sobre WordPress. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de <https://wordpress.org/plugins/wp-e-commerce/>

