

GUÍA DOCENTE 2021-2022

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	E-Commerce y Social Media Marketing
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información
FACULTAD:	Escuela Politécnica Superior
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	5 ECTS
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Dr. Jon Arambarri
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	jon.arambarri@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> • Tema 1. Marketing Digital: Análisis de Costos y Beneficios Respecto al Marketing Tradicional <ul style="list-style-type: none"> - Internet y la Web - Del Offline al Online en marketing • Tema 2. Customer Journey y Marketing Digital <ul style="list-style-type: none"> - Customer Journey

- Del Marketing Tradicional al Marketing Digital
- Tema 3. Creación de Awareness –visibilidad- para Captar la Atención del Cliente
 - Conocer al Cliente Potencial
 - Crear awareness para Captar la Atención
 - Reputación Online
 - Unión Online-Offline
 - Nuevos Perfiles y Roles Necesarios para el Marketing Online
 - Herramientas para la Gestión del Marketing de Atracción
 - El problema del Desarrollo Informático
- Tema 4. Estrategias de Conversión, Experiencia de Compra y Fidelización
 - Inbound Marketing
 - Experiencia de Compra
 - Fidelización
 - Facilitación y Mejora de Experiencia
- Tema 5. Análisis de campañas y Métricas Clave
 - Publicidad Display
 - Comercio Online
 - Indicadores del Rendimiento de una Campaña de e-mail Marketing
 - Social Media
- Tema 6. Performance: Desarrollo de Estrategias de Marketing Online Destinadas a Logros de Resultados
 - Posicionamiento Claro
 - Credibilidad y Confianza
 - Arquitectura de la Persuasión
 - Contenidos y Funcionalidades que Convierten
 - Copys Seductores
 - Llamadas a la Acción que Provocan clics
 - Sensación de Urgencia
- Tema 7. Protocolos de Seguridad en Comercio Electrónico
 - Organizaciones de Certificación Electrónica
 - Protocolos de Seguridad
 - Pasarelas de Pago Electrónico
 - Comercio Electrónico de las Administraciones
 - Aspectos de Seguridad

- Arquitecturas para el E-Commerce

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG1 - Organizar y planificar el trabajo en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG2 - Realizar un análisis crítico en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG3 - Gestionar la información y el conocimiento vinculados al ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG4 - Tener la habilidad para comunicarse con expertos de otras áreas en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG5 - Trabajar en equipo, y en contexto de trabajo en un equipo interdisciplinar en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG6 - Generar nuevas ideas en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

CG7 - Desarrollar la capacidad de liderazgo en el ámbito de la dirección estratégica en tecnologías de la información.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE8 - Implantar soluciones e-commerce y estrategias de social media, acordes a las estrategias de la organización y atendiendo criterios de eficiencia, calidad, estándares y modelos de buenas prácticas.

COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

No Aplica

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Evaluar los riesgos aplicables al comercio electrónico y aplicar los mecanismos de seguridad necesarios para evitarlos.

- Organizar y compartir documentos utilizando alojamiento online.

- Seleccionar los modelos teóricos y las herramientas prácticas existentes relacionadas con tecnologías y servicios web más adecuadas.

- Utilizar la forma electrónica, la firma digital y el certificado digital.



- Justificar de entre varias alternativas posibles aquellas más adecuadas de acuerdo a los requerimientos tecnológicos de los que se parte.
- Dimensionar la tecnología adecuada para cada caso, teniendo en cuenta criterios de precio, tamaño, escalabilidad del producto y mantenimiento.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje cooperativo/trabajo en grupo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas	
Actividades supervisadas	Actividades de foro
	Corrección de actividades
	Tutorías (individual / en grupo)
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales
	Preparación de actividades de foro
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)
	Realización de actividades de autoevaluación

El día del inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Resolución de un caso práctico (tipo Harvard)	20 %
	Participación en una actividad de debate	20 %
Evaluación final	Resolución de un examen (prueba tipo test)	60 %

Para más información consúltese [aquí](#)

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En la convocatoria extraordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

	Actividades de evaluación	Ponderación
Evaluación continua	Calificación obtenida en la actividad de debate de la convocatoria ordinaria	20%
	Realización de un trabajo individual	20%
Evaluación final	Resolución de un examen (prueba tipo test)	60%

Para más información consúltese [aquí](#)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

Barrera, D., Gómez, R., Plaza Pimentel, L., Estay Niculcar, C. (s.f.). *Marketing Digital y E-Commerce*. Material didáctico propio de la institución.

Cantú, E. P., Morejón, V. M. M., & Wong, A. M. (2014). *Gestión e impacto del comercio electrónico en el rendimiento empresarial*. GLOBAL de NEGOCIOS, 113.

Morales, M. D. O., Aguilar, L. J., & Marín, L. M. G. (2015). *Los desafíos del marketing en la era del big data*. e-Ciencias de la Información, 6(1), 1-31.

Tarazona, G. M., Gómez, M., & Montenegro, C. E. (2013). *Buenas prácticas para implementación del comercio electrónico en pymes*. Visión Electrónica: algo más que un estado sólido, 6(2), 31-45.

Villena Alarcón, E. (2013). *El e-commerce como herramienta de Relaciones Públicas en la empresa de moda española*.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente

Balaraman, P. and Kosalram, K. (2012). *E-commerce evaluation and E-business trends*. Information Engineering and Electronic Business, 4(5), pp.9-16.

Hernández García, Á. (2012). *Desarrollo de un modelo unificado de adopción del comercio electrónico entre empresas y consumidores finales. Aplicación al mercado español* (Doctoral dissertation, Telecomunicacion).

Hurtado Guapo, M. A., Fernández Falero, M. R., & Muñoz, M. E. (2013). *Comercio electrónico del flamenco: calzado, textiles y complementos*. Rev. Cent. Investig. Flamenco Telethusa, 6(7), 29-39.

Pecoy Taque, M. (2011). *Delito en el Comercio Electrónico*. Prisma Jurídico, 10(1).

Zenteno, G. (2015). *El impacto de las TIC en el desarrollo competitivo de los emprendimientos: Propuesta de un diseño conceptual de un sitio web para comercio electrónico para el emprendimiento "Manos Maravillosas" de la ciudad de Tarija, Bolivia*. Licenciatura. Universidad Europea del Atlántico.

WEBS DE REFERENCIA:

No Aplica

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.