

ECOMMERCE

GUÍA DOCENTE MODALIDAD ONLINE

MÁSTER UNIVERSITARIO EN NEGOCIOS DIGITALES
2025/2026

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: eCommerce

TIPO: Obligatoria

PERIODO DE IMPARTICIÓN: Segundo semestre

NÚMERO DE CRÉDITOS: 6,0 ECTS

IDIOMA EN EL QUE SE IMPARTE: Castellano

CALENDARIOS Y HORARIOS: Ver en la web

II. PROFESORADO

PERSONAL DOCENTE: Gloria Campos García Quevedo

CORREO ELECTRÓNICO: academicoonline@cedeu.es

TUTORÍAS: Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a

TIEMPO ESTIMADO DE RESPUESTA AL ALUMNO: 48 h (días lectivos) desde la recepción del correo electrónico

III. PRESENTACIÓN

Esta asignatura debe dotar al alumno de los conocimientos sobre las principales herramientas y conocimientos que nos sean útiles para implementar negocios a partir de internet como alternativa a los canales de venta tradicionales, así como las estrategias de marketing online idóneas para posicionar, promocionar y difundir negocios en internet.

Entender el nuevo paradigma del entorno digital, estructurar un modelo de negocio en torno al comercio electrónico, conocer la normativa que afecta al comercio electrónico e identificar las principales plataformas tecnológicas para desarrollar un eCommerce. Además de aplicar estrategias de marketing orientadas a la conversión de los negocios online.

El estudiante al finalizar esta materia deberá:

- Comprender los modelos más importantes de comercio electrónico, su potencial y sus implicaciones, siendo capaz de diseñar una estrategia de desarrollo de nuevos canales de venta a través de internet.

IV. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS GENERALES

CG1. Desarrollar las habilidades necesarias para la correcta gestión de las relaciones interpersonales en un entorno multidisciplinar especializado en el mundo digital.

CG2. Resolver problemas en entornos empresariales digitales que favorezca tomar decisiones y/o emitir juicios en situaciones complejas.

CG3. Comprender y evaluar las tendencias en el mercado de la Economía Digital, así como estimar su impacto en el desarrollo social, económico y cultural, e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.

CG4. Analizar, de forma crítica, las tecnologías digitales aplicadas al mundo empresarial.

CG5. Resolver, mediante la aplicación de la innovación y la creatividad, qué diseño o solución tecnológica es adecuada para la implementación de mejoras en la empresa, dentro del ámbito digital.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE11. Evaluar los modelos de comercio electrónico actuales, conociendo sus ventajas, alternativas y potencial para valorar su implementación en casos reales y su formalización en un Plan de comercialización a través de internet.

V. ACTIVIDADES FORMATIVAS

TIPO	CONTENIDO	HORAS	PRESENCIALIDAD OBLIGATORIA
AD1. Clase magistral	Actividad formativa para la explicación de conceptos y teorías. Metodología expositiva donde se prioriza la acción del profesor y que se realiza por videoconferencia de manera síncrona o asíncrona.	36	0%
AD2. Actividades de aprendizaje sobre casos prácticos	Actividad formativa que se orienta a la realización de informes, memorias, etc. y/o resolución de problemas bajo la supervisión y asesoramiento del profesor o tutor	12	0%
AD4. Tutorías	Resolución de dudas y orientación sobre actividades formativas o de evaluación por teléfono, por email o por videoconferencia.	12	0%
AD5. Trabajo autónomo	Actividades formativas fuera del aula en la que el estudiante desarrolla su capacidad de aprendizaje autónomo a través de la realización de trabajos, búsquedas de recursos e información, estudio, etc.	88	0%
AD6. Prueba de evaluación	Actividad destinada a la realización de pruebas de evaluación para valorar la adquisición de las competencias en la materia por parte de los estudiantes	2	100%
		150	

VI. METODOLOGÍAS DOCENTES

MD1. CLASE MAGISTRAL: Exposición por parte del profesor de los contenidos de cada unidad didáctica por medio de explicaciones y presentaciones, junto con indicaciones sobre fuentes de información y bibliografía. Serán sesiones por videoconferencia o video-streaming de forma síncrona o asíncrona.

MD2. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE SOBRE CASOS PRÁCTICOS: Selección y presentación de actividades o situaciones con las que el alumno puede encontrarse en su práctica para analizar diferentes aspectos a partir de la consulta de bibliografía especializada. Se llevará a cabo por videoconferencia o video-streaming de forma síncrona o asíncrona.

MD3. APRENDIZAJE ON-LINE: Metodología donde el estudiante puede organizarse para repasar contenidos teóricos o realizar actividades prácticas según sus necesidades o su tiempo disponible, así como consultar dudas o intercambiar información con los profesores o compañeros.

En cada asignatura se establecerán los horarios de tutorías, tanto individuales como grupales, para la mejor atención de los estudiantes, en las horas previstas para la docencia de cada asignatura.

VII. SISTEMA DE EVALUACIÓN

NOTA IMPORTANTE:

No se podrá superar la asignatura en el caso de que la parte correspondiente a las actividades de evaluación (Prueba 1) o la parte correspondiente a la realización de la prueba escrita (Prueba 2) no estén aprobadas con una calificación final igual o superior a 5 puntos en una escala de 0 a 10.

El alumno que no supere la Prueba 1 y/o 2 no podrá superar la asignatura en la evaluación ordinaria, obteniendo una calificación máxima de 4,0, independientemente de la nota obtenida en la prueba teórico-práctica.

Para poder aprobar la asignatura el alumno debe superar obligatoriamente, con una calificación superior a 5,0, las pruebas 1 y 2 por separado, siempre y cuando la media de la asignatura sea superior a 5,0.

En el caso de que el alumno no supere la asignatura, la calificación obtenida en las pruebas 1 y 2 de la asignatura durante el curso en cualquier evaluación no se reservará para el curso siguiente.

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN ORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA	PON.	PERIODO
PRUEBA 1:		ACUMULATIVA	
Resolución de actividades prácticas	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria). 40%	Durante el curso o semestre
PRUEBA 2:		ACUMULATIVA	
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	Reevaluable (podrá evaluarse en la convocatoria extraordinaria). 60%	Durante el curso o semestre

CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CRITERIOS APLICABLES A LA EVALUACIÓN CONTINUA	PON.	PERIODO
PRUEBA 1:		ACUMULATIVA	
Presentación de trabajos académicos	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10).	No Reevaluable 40%	En la convocatoria extraordinaria
PRUEBA 2:		ACUMULATIVA	
Prueba teórico-práctica presencial con preguntas que podrán ser cortas y/o tipo test, y/o a desarrollar, etc.	Liberatoria: puntuación mínima 5.0 (de 1 a 10)	No Reevaluable 60%	En la convocatoria extraordinaria

VIII. TEMARIO

Tema 1 Revisión del concepto, evolución, cifras, principales actores, etc.

Tema 2 Integración e-Commerce con otros canales: Dualidad con el comercio tradicional y el e-Commerce. Ventajas e inconvenientes: sinergias, precios, canales, logística, trazabilidad, fidelización de clientes, integración tecnológica, etc.

Tema 3 Modelos de negocio: B2C, B2B, Pure Players, Affiliates, modelos Multi-Canal, m-Commerce, subastas, etc., haciendo un análisis de algunos casos reales.

Tema 4 Segmentación de clientes e inteligencia de negocio.

Tema 5 Logística y cadena de suministro: Requerimientos específicos y posibles estrategias aplicables.

Tema 6 Los medios de pago.

Tema 7 Planificación y Gestión Digital de la Relación con Clientes.

Tema 8 Diseño de un Plan de comercialización a través de internet. Tema 9 Plan financiero digital.

IX. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

The 4-Hour Workweek – Timothy Ferris

The Lean Startup – Eric Ries

The Startup Owner's Manual – Steve Blank

Zero To One – Peter Thiel

Jab, Jab, Jab, Right Hook: Cómo contar tu historia en un mundo social ruidoso

Impulse las ventas de comercio electrónico y gane más dinero: trescientas sugerencias para aumentar las tasas de conversión y generar clientes potenciales –

Alex Harris

La tienda Todo: Jeff Bezos y la Edad de Amazon – Brad Stone

SEO 2016: aprenda optimización de motores de búsqueda con estrategias

inteligentes de marketing en Internet– Adam Clarke