

MARKETING AND ECOMMERCE**CURSO:** CUARTO**SEMESTRE:** SEGUNDO**TIPO:** OBLIGATORIA**CRÉDITOS:** 6**IDIOMA:** INGLÉS**DOCENTE:** [ALFREDO DUARTE](#)**OBJETIVOS:**

El comercio electrónico o eCommerce es una nueva forma de negocio que surge a partir de internet, como alternativa o complemento a los canales de venta tradicionales. Se caracteriza principalmente porque año tras año y apoyado por la disrupción de la tecnología, su crecimiento y desarrollo es exponencial. Este nuevo canal online favorece una comprensión del negocio digital sin límites ni fronteras y con accesibilidad desde múltiples dispositivos, con el único requisito de disponer conexión a internet. Reduciendo de manera significativa la infraestructura necesaria para vender y multiplicando el número de clientes que se pueden conseguir.

A través de esta asignatura, el estudiante dispondrá de las herramientas necesarias para el desarrollo de un negocio en internet; adquirirá un conocimiento global del ecosistema digital y a definir y planificar la estrategia que le lleve al éxito. Conocerá los aspectos fundamentales a la hora de plantear dicho negocio (producto, mercado, público objetivo, valores diferenciales...) y será capaz de desarrollar un plan que tenga en cuenta, entre otros, los aspectos financieros; la logística y gestión del stock y las formas de pago o la legislación vigente.

Abordará la creación de un sitio web, eligiendo la solución tecnológica que mejor se adapte a las necesidades del proyecto, y será capaz de implementar un plan de

medios, conociendo las principales estrategias de marketing digital, que le permitirán posicionar, promocionar y difundirlo.

Con un enfoque teórico-práctico, a lo largo del cuatrimestre el estudiante trabajará en la ideación y creación de un negocio digital, desarrollando la estrategia de marketing para el mismo.

COMPETENCIAS:

GENERALES

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

CG1 - Desarrollar habilidades lingüísticas y expresarse de forma adecuada y convincente en las diferentes situaciones de comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad y en inglés.

CG4 - Diseñar y desarrollar nuevas ideas y proyectos que incorporen conceptos y metodologías innovadoras.

CG8 - Utilizar las nuevas herramientas de información y comunicación como una herramienta para la expresión y la comunicación en diferentes entornos tecnológicos con programas específicos.

ESPECÍFICAS

CE4 - Manejar las herramientas fundamentales del marketing estratégico para aplicarlas en el ámbito de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing en los mercados nacionales y especialmente en los internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R1 Utiliza las principales vías de promoción online

R2 Identifica nichos de mercado en el sector del e-commerce

R3 Concibe soluciones comerciales en el ámbito on-line

R4 Aplica soluciones de analítica web a un site de e-commerce

R5 Identifica las plataformas de pago más seguras para el comercio electrónico

R6 Puede aplicar sus conocimientos, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por él mismo, aplicar sus conocimientos, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos o profesionales y especializados que requieren el uso de ideas creativas e innovadoras

CONTENIDO

+MODULO 1: Visión y Estrategia Digital

1. Algunos conceptos básicos de estrategia digital
2. Visión del entorno y ecosistema digital
3. Equipos digitales de alto rendimiento
4. Metodologías Agile
5. Modelo KATA y gestión del talento digital
6. Business Model Canvas
7. Identidad Digital

+MODULO 2: Marketing Digital

1. Antecedentes
2. El Marketing Digital
3. Otras aproximaciones al Marketing Digital
4. Modelo de marketing digital y fases
5. Principales metodologías y herramientas

+MODULO 3: Contenidos Digitales

1. Estrategia de Contenido
2. Marketing de Contenidos
3. Gestión de Contenidos y CMS

+MODULO 4: Redes Sociales

1. Panorama actual de las RRSS
2. Social Media Plan
3. Paid Media
4. Public Relations 2.0 & Influencers
5. Vídeo Online, el formato de éxito
6. Social Metrics
7. Principales Herramientas
8. Tendencias

+MODULO 5: Tecnología Digital

1. La tecnología en el entorno digital
2. Arquitectura técnica de internet
3. Servidores e infraestructura
4. Programación de aplicaciones
5. Productos y servicios
6. Productos de código abierto
7. Integración de servicios
8. Ingeniería del software

+MODULO 6: Mobile & APPS

1. Introducción al Mobile Marketing
2. Apps
3. Técnicas de Mobile Marketing
4. Mobile Advertising
5. Mobile Commerce
6. Tecnología Mobile
7. Métricas & Mobile app Analytics
8. Tendencias

+MODULO 7: Diseño & UX

1. Cómo crear una estrategia de usuarios
2. Tipos de experiencias
3. Experiencia de Usuario
4. Diseñando para diferentes comportamientos
5. Usabilidad
6. ¿Qué hace que un producto sea más usable?
7. Principios básicos de la simplicidad
8. Landing Pages
9. Test de usuarios y resultados

10. Métodos para hacer test

11. Herramientas

+MODULO 8: eCommerce

1. Fundamentos
2. Marketing: darse a conocer y captar visitas
3. Medios de pago
4. Entregar: logística y atención al cliente
5. Plataformas técnicas

+MODULO 9: Buscadores

1. Introducción a Buscadores
2. Search Engine Optimization (SEO)
3. Search Engine Marketing (SEM)
4. Estrategia en Buscadores

+MODULO 10: Publicidad y Medios Digitales

1. Marco Actual de la Publicidad
2. Breve Historia de la Publicidad Digital
3. ¿Cómo hacer Publicidad Digital?
4. Ecosistema de los Medios Digitales Publicitarios
5. Innovación en el Ecosistema
6. Marketing de Resultados
7. ¿Cómo medir el éxito?
8. Tecnología

+MODULO 11: Derecho Digital

1. Introducción
2. Problemáticas transversales
3. Problemáticas en función del modelo de negocio
4. Puesta en marcha de un negocio en el entorno digital

+MODULO 12: Métricas & Data Analytics

1. Fuentes de Información
2. Métricas Clave
3. Google Analytics
4. Modelos de Atribución (relativos al ROI)
5. Métricas sector medios de comunicación
6. Métricas sector transaccional

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Habrá un trabajo troncal (en grupo) dividido en 3 bloques, con un valor del 19% cada bloque y una presentación final del proyecto, que contará con la participación obligatoria de todos los integrantes del equipo, que implicará el 10% de la nota.

Además al finalizar la asignatura se realizará un examen final (30% de la nota) para validar los conocimientos adquiridos por el alumno.

Se valorará positivamente la participación en clase, interés por los contenidos y las diferentes prácticas que se realizarán a lo largo de los diferentes módulos de la asignatura (3% de la nota).

La evaluación del trabajo troncal y evolución del alumno, correspondiente al 70% del total, no es recuperable. El 30% del examen final, que tendrá que ser aprobado con un 5 sobre 10, podrá ser recuperado mediante la realización de un examen complementario para hacer media con el resto de la evaluación continua, siempre y cuando el alumno haya desarrollado una positiva evaluación del trabajo troncal (realizándolo, entregándolo y exponiéndolo junto al equipo) y valorando su predisposición e interés.

SISTEMA EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Trabajo troncal (3 bloques)	5	10
Exposición grupal	5	10
Examen final	5	10

COURSE PROGRAM

MODULE	CLASS & ACTIVITY	EVALUATION	COMPETENCES & LEARNINGS	CONDITIONS	WEEK	TIME	
INTRODUCTION	Program & Evaluation: Presentation of Ecommerce & Marketing Course	0%		Individual	FEB 3	2	
B L O C K 1	MODULE 1 Vision & Digital Strategy	19,0%	Competences CG4 - CE4 Learnings R6	Individual	FEB 4-10-11	5	
				Groups 4-5 people Mandatory delivery		4	
				Groups 4-5 people		6	
	MODULE 2 Digital Marketing		Class Module 2: Digital Marketing	Competences CB2 - CG1 - CG8 - CE4 Learnings R1 - R3 - &6	Individual	FEB 17-18-24	5
			Activity: Email Marketing Campaign: How to create an email marketing campaign.		Individual Mandatory delivery		2
			Digital Business Project 2		Groups 4-5 people		6
	MODULE 3 Digital Contents		Class: Digital Content	Competences CB2 - CG1 - CG4 - CG8 - CE4 Learnings R1 - R3 R6	Individual	FEB-MAR 25-2	5
			Activity: Content Management System: Different types of CMS and how to create it.		Individual Mandatory delivery		6
			Digital Business Project 3		Groups 4-5 people		6
	MODULE 4 Social Media		Class: Social Media	Competences CB2 - CG1 - CG4 - CG8 - CE4 Learnings R1 - R4 -R6	Individual	MAR 3-9	5
			Class & Activity: Social Media Monitoring: Digital tools to monitoring social media.		Groups 2 people Mandatory delivery		5
			Digital Business Project 4		Groups 4-5 people Mandatory delivery - Digital Business Project 1, 2, 3, 4.		6

B L O C K 2	MODULE 5 Digital Technology	Class: Digital Technology	19,0%	Competences CB2 - CG1 Learnings R6	Individual	MAR 10-16	5
		Activity: Digital Technology: domains, hostings and other solutions.			Individual Mandatory delivery		2
		Digital Business Project 5			Groups 4-5 people		2
	MODULE 6 Mobile & APPS	Class: Mobile & APPS		Competences CG1 - CG4 - CG8 - CE4 Learnings R3 - R6	Individual	MAR 17-23	5
		Activity: APP Creation: How to create/design an APP			Groups 4-5 people Mandatory delivery		6
	MODULE 7 Design & UX	Class: Design & UX		Competences CB2 - CG1 - CG4 - CG8 - CE4 Learnings R2 - R3 - R4 - R6	Individual	MAR 24-30	5
		Activity: Design, UX & Arquitecure: Performance & UX Digital Tools.			Individual Mandatory delivery		5
		Digital Business Project 6			Groups 4-5 people		6
	MODULE 8 eCommerce	Class: eCommerce		Competences CB2 - CG4 - CG8 Learnings R2 - R3 - R4 - R5 - R6	Individual	MAR-APR 31-14	5
		Activity: eCommerce Creation: Different solutions & ecommerce CMS creation			Individual Mandatory delivery		4
		Digital Business Project 7			Groups 4-5 people Mandatory delivery - Digital Business Project 5, 6, 7.		2

B L O C K 3	MODULE 9 Serchers	Class: Serchers	19,0%	Competences CB2 - CG1 - CG8 - CE4 Learnings R1 - R6	Individual	APR 20-21	5	
		Activity: Google Trends & Keyword Reserch; Google Ads, etc...			Individual Mandatory delivery		5	
		Digital Business Project 8			Groups 4-5 people		6	
	MODULE 10 Advertising & Digital Media	Class: The new Digital Media Environment. How technology is changing the ecosystem.		Competences CB2 - CG4 - CG8 Learnings R2 - R3 - R4 - R5 - R6	Individual	APR 27	4	
	MODULE 11 Digital Law	Class: Digital Law		Competences CG1 - CG4 - CG8 - CE4 Learnings R3 - R6	Individual	MAY 28	4	
	MODULE 12 Data Analytics	Class: Data Analytics		Competences CB2 - CG1 - CE4 Learnings R4 - R6	Individual	MAY 4-5	5	
		Activity: Data Analytics Dahboard & Digital Tools			Individual Mandatory delivery		5	
		Digital Business Project 9			Groups 4-5 people Mandatory Delivery Digital Business Project 8, 9.		7	
	EXAM	Final Exam Ecommerce & Marketing		30%	Competences CB2 - CG1 Learnings R6	Individual Mandatory Recoverable	MAY 11	2
	DIGITAL BUSINESS PROYECT	Digital Business Final Project		10%	Competences CB2 - CG4 - CE4 - CG8 Learnings R1 - R2 - R3 - R4 - R5 - R6	Groups 4-5 people Mandatory delivery Unrecoverable	MAY 12	7
Digital Business Presentation		Groups 4-5 people Mandatory presentation Unrecoverable	MAY 18-19			15 min each group		
ALUMNS	Acttitude & Aptitude Development	3%		Individual	Course	0		
EVALUATION:		100%		HOURS:		160		

Activities	Evaluation	Competences & Learning Results	Conditions	Dedication
Digital Business Project: Project where the student will be applying all the learnings during the course.	57%	Competences: CB2 – CG4 – CE4 – CG8 Learning Results: R1 – R2 – R3 – R4 R5 – R6	Groups from 4 to 7 people 4 deliveries mandatory on the date defined. Unrecoverable	60 hours
Final Presentation: Capabilities to explain their project and explain the digital business project.	10%	Competences: CB2 – CG4 – CE4 – CG8 Learning Results: R1 – R2 – R3 – R4 R5 – R6	Groups from 4 to 7 people Mandatory presentation for all students. Unrecoverable	16 hours
Exam: Capacity test to show the knowledge earned during the course.	30%	Competences: CB2 – CG1 Learning Results: R6	Individual Mandatory Recoverable	30 hours
Class Participation	3%	Competences: CB2 – CG4 – CE4 – CG8 Learning Results: R1 – R2 – R3 – R4 R5 – R6	Individual Unrecoverable	60 hours

METODOLOGÍA:

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos. Asimismo, los alumnos deberán realizar actividades individuales durante las horas de trabajo personal.

Por otra parte, durante las horas de trabajo personal, los alumnos realizarán por grupos un trabajo final de la asignatura que deberán exponer al final del periodo lectivo de la misma. Para ello, los alumnos dispondrán de horas de tutoría con el profesor a fin de supervisar y encaminar el desarrollo del proyecto.

Por último, se recomienda al alumno que dedique cada semana, unas horas de trabajo personal a esta asignatura para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal consistirá en realizar un repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y complementarlos con la bibliografía básica.

- El docente tendrá en cuenta el desarrollo y la progresión de cada estudiante de forma individual.
- El estudiante que no acuda a la realización de un examen y no justifique en Coordinación o Tutoría Académica la causa de fuerza mayor, perderá la convocatoria y podrá realizarlo en periodo de complementaria, en el caso de que reúna los requisitos de la misma. En el caso de acreditar la causa de fuerza mayor, acudirá a realizar en la fecha de complementaria, pero seguirá conservando una convocatoria. De tal forma, en el caso de suspender el examen en complementaria, volverá a tener otra oportunidad antes del cierre de actas.
- El estudiante que no acuda a una exposición y no justifique al docente la causa de fuerza mayor, perderá la convocatoria.

- El estudiante que no entregue una actividad en la fecha indicada y no justifique al docente la causa de fuerza mayor, perderá la convocatoria.
- El / la estudiante que una semana antes del 2º examen parcial o el examen parcial final, no disponga del 80% de asistencia (habiendo entregado con tiempo los justificantes al Tutor/a de curso), perderá el derecho a ser evaluador en la convocatoria ordinaria. Tendrá que acudir directamente a la convocatoria de complementarias (siempre y cuando cumpla con los requisitos de evaluación en complementaria, indicados en el programa de la asignatura).

MANUAL DE REFERENCIA

- CHANDLER, S. (2009). *Leap! 101 Ways to Grow Your Business*. **Career Press**.
- MAHESHWARI, A. (2019). *Digital Transformation Building Intelligent Enterprises*. **Wiley**.
- SKILTON, M. (2018). *Digital Business Models Driving Transformation and Innovation*. **Palgrave Macmillan**.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- THIER, P. (2014). *Zero to One*. **Crown Business**.
- OSTERWALDER, A. (2011). *Business Model Generation*. **Deusto**.
- SACOLICK, I. (2017). *Driving Digital*. **Harper Collins**.
- BOOK, A.J. (2017). *The Business Model Book*. **Pearson Education Limited**.