

## FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

### 1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Grado</b>	Comunicación Digital
<b>Asignatura</b>	<b>Comercio Electrónico</b>
<b>Módulo</b>	Módulo VIII. Estrategias de Comunicación y Marketing Digital
<b>Área Departamental</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>Semestre</b>	Octavo semestre
<b>Créditos totales</b>	6
<b>Curso</b>	4º
<b>Carácter</b>	Formación Obligatoria
<b>Lengua de impartición</b>	Castellano

<b>Modelo de docencia:</b>	<b>Tipo B1</b>
<b>a. Enseñanzas Básicas (EB):</b>	60% (27 horas)
<b>b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):</b>	40% (18 horas)
<b>c. Actividades Dirigidas (AD)</b>	

### 2. COMPETENCIAS

#### 2.1. Competencias Básicas y Generales

**CB1** - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

**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.

**CB3** - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

**CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

**CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

**CG01** - Conocimiento del entorno económico, político, jurídico, social y cultural en el que se desenvuelve el ámbito de la comunicación.

**CG02** - Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales.

**CG08** - Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales.

**CG09** - Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos.

**CG13** - Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación.

**CG15** - Conocimiento de los fundamentos de la comunicación persuasiva.

**CG17** - Conocimiento del ordenamiento jurídico de la información y de la comunicación, que establece el marco para el ejercicio profesional.

**CG18** - Conocimiento de la ética y de la deontología, que afectan tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador.

**CG19** - Conocer los fundamentos generales del marketing y de las herramientas que lo componen.

**CG20** - Conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados.

## **2.2. Competencias Transversales**

**CT01** - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

**CT02** - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.

**CT03** - Resolver problemas y tomar decisiones.

**CT05** - Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.

**CT07** - Adquirir habilidades para liderar un equipo.

**CT09** - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

**CT10** - Localizar y gestionar documentación e información.

**CT11** - Adaptarse con flexibilidad a nuevas necesidades y cambios.

**CT13** - Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos.

**CT15** - Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información.

## **2.3. Competencias Específicas**

**CE01** - Dominio de las técnicas de promoción a través de las redes sociales.

**CE02** - Conocimiento de los elementos constituyentes del mensaje y formatos de la comunicación persuasiva.

**CE04** - Entender el funcionamiento de una red de afiliación y cuáles son los diferentes agentes que actúan en el proceso.

**CE18** - Conocer las estrategias y las herramientas de gestión de clientes y fidelización.  
**CE35** - Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, teniendo en cuenta el nuevo público digital y adaptando los mensajes.  
**CE54** - Conocimiento de los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas.  
**CE55** - Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos en el ámbito del marketing de contenidos, así como su implementación en campañas y acciones.  
**CE56** - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, ayudando en el planteamiento y gestión del e-commerce.  
**CE57** - Analizar y conocer el fenómeno del consumo colaborativo en la red, su alcance social y los modelos de negocio que se derivan del mismo.

### 3. CONTENIDOS

Historia del Comercio Electrónico. Características legales de la utilización de contenidos en la Red. Legal Marketing. Plataformas e-commerce y social commerce, de propósito general y específicas. Sistemas abiertos de gestión de productos. Venta online y tiendas virtuales. Métodos de pago. Privacidad. Consumo colaborativo en la red.

## 4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
<b>Actividades Presenciales (AP):</b> se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
<b>Actividades Autónomas (AA):</b> El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
<b>Actividades de Evaluación (AE):</b> Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

## 5. METODOLOGÍAS DOCENTES

### METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Portfolios y trabajos supervisados (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Estudio personal (AA)
- Realización de actividades prácticas (AA)
- Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
- Preparación de presentaciones (AA)
- Campus virtual (AA)
- Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
- Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

## 6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	<b>40 %</b>
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	<b>40 %</b>
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	<b>20%</b>

## 7. PROFESORADO

<b>Nombre</b>	
<b>Centro</b>	Centro Universitario San Isidoro
<b>Áreas Departamentales</b>	Ciencias Sociales y de la Salud
<b>E-mail</b>	