

Guía docente de la asignatura

## Comercio Electrónico (M99/56/7/19)

Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 27/06/2022

**Máster**

Máster Universitario en Gestión Administrativa y Asesoría Jurídica de la Empresa

**MÓDULO**

Módulo 7. Soporte Electrónico a la Asesoría

**RAMA**

Ciencias Sociales y Jurídicas

**CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO**

Escuela Internacional de Posgrado

**Semestre**

Primero

**Créditos**

3

**Tipo**

Optativa

**Tipo de enseñanza**

Presencial

### PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Los alumnos deben disponer de unos conocimientos básicos de Internet y de modelos generales de comportamiento del consumidor.

Todos los materiales están disponibles en <http://prado.ugr.es/moodle/>. El alumno debe tener acceso a esta plataforma.

### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Máster)

- Introducción al comercio electrónico
- Comportamiento del usuario ante las TICs
- Comercio electrónico a través de móvil
- Internet como herramienta de relación con la administración

### COMPETENCIAS

#### COMPETENCIAS BÁSICAS



- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en 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

- CG01 - Capacidad para argumentar y recomendar la toma de decisiones en los diversos sectores del ordenamiento jurídico.
- CG02 - Identificar las tecnologías de la información y comunicación para la obtención, selección y/o transferencia de información.
- CG03 - Evaluar la toma de decisiones para la adaptación a una realidad en constante cambio.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE07 - Conocer y aplicar las tecnologías informáticas en la gestión administrativa y asesoramiento.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - Mostrar interés por la calidad y la excelencia en la realización de diferentes tareas.
- CT02 - Comprender y defender la importancia que la diversidad de culturas y costumbres tienen en la investigación o práctica profesional.
- CT03 - Tener un compromiso ético y social en la aplicación de los conocimientos adquiridos.
- CT04 - Ser capaz de trabajar en equipos interdisciplinarios para alcanzar objetivos comunes desde campos expertos diferenciados.
- CT05 - Incorporar los principios del Diseño Universal en el desempeño de su profesión.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

1. Identificar las diferencias entre el mercado electrónico y el mercado físico.
2. Integrar Internet en la estrategia empresarial.
3. Comprender el comportamiento del usuario de TICs en su interacción con empresas y



administración.

4. Entender los procesos de gestión de relaciones con el cliente en el contexto electrónico.

5. Reconocer el valor de la conexión permanente (móvil) en la relación cliente-empresa-administración.

6. Evaluar los distintos problemas y sistemas relacionados con la seguridad en los intercambios de información mediante TICs.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

### TEÓRICO

#### Módulo 1. Introducción al comercio electrónico

- Definición y evolución.
- Tendencias del marketing en Internet.
- Formas de comercio electrónico.

#### Módulo 2. Comportamiento del usuario ante las TICs

- Aceptación de la tecnología.
- Uso de la tecnología.
- Negocio electrónico y generación de valor.

#### Módulo 3. Comercio electrónico a través de móvil

- Desarrollo y situación actual.
- El móvil como canal de información y compra.
- Condicionantes del m-commerce.

#### Módulo 4. Internet como herramienta de relación con la administración

- Identificación de usuario y seguridad.
- Evolución de la e-administración.
- La e-administración en la actualidad.
- El ciudadano ante la e-administración.

### PRÁCTICO

No aplicable

## BIBLIOGRAFÍA



## BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. (2014). Marketing Digital. Estrategia, Implementación y Práctica. Pearson.
- Rodríguez, I. (2014). Marketing Digital y Comercio Electrónico. Pirámide.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Castañeda García, J.A. (2005): El comportamiento del usuario de Internet: análisis de los antecedentes y consecuencias de la fidelidad, Universidad de Granada.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340.
- King, W.R., & He, J. (2006). A meta-analysis of the technology acceptance model. *Information & Management*, 43, 740-755.
- Luque, T., & Castañeda, J.A. (2007). Internet y Valor de Negocio. En Yagüe, M.J. Nuevos enfoque del marketing y la creación de valor (pp. 397-416). Ediciones Mediterráneo.
- Martínez, M.J.; Castañeda, J.A.; Rodríguez, M.A.; Sabiote, C.M. (2014). La importancia del móvil en la relación con el cliente. Una primera aproximación desde el sector del turismo, en Vázquez, R. et al. (Ed): *Experiencia y comportamiento del cliente en un entorno multicanal: claves de éxito para fabricantes y detallistas*, pp. 259-278,
- Cátedra Fundación Ramón Areces: Oviedo. Rodríguez-Molina, M. A., Frías-Jamilena, D. M., & Castañeda-García, J. A. (2015). The contribution of website design to the generation of tourist destination image: The moderating effect of involvement. *Tourism Management*, 47, 303-317.
- Venkatesh, V.; Thong, J. Y. L.; Xu, Y. (2012). "Consumer acceptance and use of information technology: extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 36, nº 1, pgs. 157-178.
- Suki, N.M., Suki, N.M. (2017). Determining students' behavioral intention to use animation and storytelling applying the UTAUT model: the moderating roles of gender and experience level. *Int. J. Manag. Educ.* 15, 528-538.

## ENLACES RECOMENDADOS

- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (<http://www.ontsi.red.es/ontsi/>)
- Estudio sobre comercio electrónico B2C
- La sociedad en Red
- Las TICs en los hogares españoles
- Informe Mobile en España y en el Mundo Ditendria 2021: disponible en <https://ditrendia.es/informe-mobile-2021-espana-y-mundo/>
- Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es>)
- Encuesta de uso de TIC y comercio electrónico en las empresas Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares Indicadores del sector de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (<http://www.aimc.es>)
- Audiencia de Internet en el EGM
- Navegantes en la Red Recopilación de modelos de aceptación tecnológica: [http://www.vvenkatesh.com/it/organizations/theoretical\\_models.asp](http://www.vvenkatesh.com/it/organizations/theoretical_models.asp)
- Think with Google: <http://www.thinkwithgoogle.com/tools/customer-journey-toonline->



purchase.html

- Google my Business: <https://www.google.com/business/>
- Plan de Transformación Digital de la Administración General del Estado y sus Organismos Públicos, Disponible en: [https://administracionelectronica.gob.es/pae\\_Home/pae\\_Estrategias/Estrategia-TIC-AGE.html#.Wc38llu0OUk](https://administracionelectronica.gob.es/pae_Home/pae_Estrategias/Estrategia-TIC-AGE.html#.Wc38llu0OUk)

## METODOLOGÍA DOCENTE

- M01 Lección magistral/expositiva
- M02 Sesiones de discusión y debate
- M03 Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- M07 Análisis de fuentes y documentos
- M08 Realización de trabajos en grupo
- M09 Realización de trabajos individuales

## EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

### EVALUACIÓN ORDINARIA

El artículo 17 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que la convocatoria ordinaria estará basada preferentemente en la evaluación continua del estudiante, excepto para quienes se les haya reconocido el derecho a la evaluación única final.

- Evaluación individual de resultados del aprendizaje. Se solicitará al alumno la elaboración y presentación de un informe sobre la temática objeto del curso.
- Análisis de contenido y exposición de los trabajos individuales y grupales realizados en las clases prácticas, en los seminarios y en las tutorías académicas. Cada clase teórica conllevará la realización de al menos una práctica, que se desarrollará y se entregará durante el desarrollo de dicha sesión.
- Otros procedimientos para evaluar la participación del alumno en las diferentes actividades planificadas: listas de control y participación en las discusiones de clase.

### EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

El artículo 19 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. De esta forma, el estudiante que no haya realizado la evaluación continua tendrá la posibilidad de obtener el 100% de la calificación mediante la realización de una prueba.

Cuando el alumno no haya superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, la evaluación se realizará mediante un examen que constará de cuatro preguntas de desarrollo relacionadas con el contenido impartido.

### EVALUACIÓN ÚNICA FINAL



El artículo 8 de la Normativa de Evaluación y Calificación de los Estudiantes de la Universidad de Granada establece que podrán acogerse a la evaluación única final, el estudiante que no pueda cumplir con el método de evaluación continua por causas justificadas. Para acogerse a la evaluación única final, el estudiante, en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de las clases, lo solicitará, a través del procedimiento electrónico, a la Coordinación del Máster, quien dará traslado al profesorado correspondiente, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. En los casos de evaluación única la evaluación se realizará mediante un examen que constará de cuatro preguntas de desarrollo relacionadas con el contenido impartido (podrá ser oral o escrito).

## INFORMACIÓN ADICIONAL

Especialidad en Asesoría Laboral, Fiscal y Jurídica de la Empresa.

Competencia de especialidad:

Mediante la superación de esta materia el alumno adquirirá la competencia para realizar una adecuada gestión del comercio electrónico. -----

Las metodologías docentes y actividades formativas empleadas para impartir esta materia estarán orientadas a que el alumno adquiera las competencias CT1 y CT4.

Todos los sistemas de evaluación utilizados en esta materia incluyen en su valoración el grado de adquisición de dichas competencias transversales.

En las metodologías docentes y actividades formativas empleadas que implican una interacción con el alumno se asegurará que el alumno adquiera las competencias transversales CT2, CT3, CT5.

El sistema de evaluación Pruebas, ejercicios y problemas, resueltos en clase o individualmente a lo largo del curso incorpora en la calificación la actitud mostrada por el estudiante en relación con estas competencias.

