



Proyecto/Guía docente de la asignatura

La Universidad de Valladolid ante la situación generada por la pandemia del Covid19 ha apostado por la presencialidad segura de nuestros estudiantes **durante el curso 2021-22**. Eso significa, entre otros aspectos, que la distancia entre los estudiantes en clase debe ser de 1,5 metros en todo caso. Para poder cumplir este requisito y que todos nuestros estudiantes puedan acudir a clase, teniendo en cuenta la disponibilidad de aulas y su tamaño en la Facultad de Comercio, ha sido necesario reducir de forma excepcional la **presencialidad de esta asignatura al 30 %**, es decir, que el alumno por cada crédito ECTS recibirá 7,5 horas de clase en vez de 10, como ocurre en situaciones de normalidad. Esta disminución permitirá incrementar el número de grupos de prácticas de la asignatura de forma que ninguno supere los 25 alumnos. Se trata, pues, de una situación imprescindible para garantizar la presencialidad de todos nuestros estudiantes en estas sesiones prácticas que son muy importantes para la adquisición de competencias transversales, como pueden ser el trabajo en equipo o la capacidad de exponer en público, así como competencias específicas cuando se requiera el uso de laboratorios de informática o salidas al exterior para realizar trabajo de campo. Además, estas clases prácticas en grupos reducidos resultan fundamentales para llevar a cabo la evaluación continua de nuestros estudiantes, dado que permiten realizar un seguimiento individualizado de los progresos del alumno en la adquisición de las diversas competencias que se trabajan en esta asignatura.

Asignatura	COMERCIO ELECTRÓNICO		
Materia	Marketing		
Módulo	MARKETING Y COMUNICACIÓN		
Titulación	PEC GRADO EN COMERCIO Y GRADO EN RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS		
Plan	642	Código	40992
Periodo de impartición	SEGUNDO SEMESTRE	Tipo/Carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	SEGUNDO
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	F. Victoria Cánovas Sánchez Oscar M. González Rodríguez David Pérez Román Begoña González Acebes Francisco Javier Galán Simón Manuel Álvarez Pérez		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Departamento de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Planta Baja) vicky@emp.uva.es ; Tfno. 983 42 35 79 oscarg@emp.uva.es ; Tfno. 983 42 35 79 david@emp.uva.es ; Tfno. 983 18 64 81 malvarez@emp.uva.es , Tfno. 983 42 35 79 Departamento de Derecho Civil (2ª Planta) bgacebes@uva.es . Tfno: 983.18 46 58 Departamento de Economía Financiera y Contabilidad (1ª Planta) javi@emp.uva.es ; Tfno. 983 42 36 05		
Departamento	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS ▪ DERECHO CIVIL ▪ ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD 		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Se pretende incorporar las nuevas herramientas informáticas que están siendo introducidas en el mundo del comercio en el proceso de formación de los alumnos. El objetivo estratégico es facilitar la empleabilidad de los titulados, por ello tienen que afrontar la búsqueda de empleo armados no sólo con el conocimiento sino con el dominio de ciertas herramientas de extendido uso en la empresa. De esta manera aseguramos un adecuado tránsito entre la vida académica y la profesional.

1.2 Relación con otras materias

Asignatura instrumental relacionada con aquellas disciplinas que utilicen el ordenador como herramienta de apoyo y/o trabajo.

1.3 Prerrequisitos

Manejo de correo electrónico.



2. Competencias

2.1 Generales

- G1: Demostrar poseer y comprender conocimientos en el área del Comercio a partir de la base de la educación secundaria general a un nivel que, apoyado en libros de texto avanzado, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en el estudio de la actividad comercial.
- G2: Ser capaz de identificar los diferentes aspectos que afectan directa y globalmente a la actividad comercial de las empresas y saber aplicar el conjunto de conocimientos adquiridos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del departamento comercial de una empresa en el contexto de una economía globalizada, dinámica y sujeta a un proceso de cambio e innovación tecnológica constante.
- G3: Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, dentro del área comercial, para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- G4: Poder transmitir en español y en otra lengua (inglés, francés o alemán), tanto de forma oral como escrita, información, ideas, conocimientos, problemas y soluciones del ámbito comercial, resultados de los análisis, propuestas de actuación o negocio, los fundamentos y razones últimas de los mismos, de forma clara, concisa y comprensible tanto a públicos especializados como no especializados.
- G5: Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias que permitan al alumno continuar formándose en la actividad comercial y en otras facetas de la gestión empresarial con un alto grado de autonomía.
- G6: Adquirir una visión global y multicultural, aplicando los conocimientos y habilidades necesarias para organizar, dirigir y gestionar el área comercial de una empresa en el actual contexto económico.

2.2 Específicas

- E4: Desarrollar estrategias de Marketing
- E6: Diseñar y manejar sistemas de información.
- E18: Conocer y operar con herramientas informáticas aplicadas al comercio.

3. Objetivos

Formar al alumno para que adquieran los conocimientos fundamentales referentes al comercio electrónico, como son: herramientas informáticas relacionadas, la seguridad en Internet, las diferentes formas de pago que se pueden utilizar y los aspectos jurídicos que son necesarios adquirir.



4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: COMERCIO ELECTRÓNICO: CONTEXTO Y HERRAMIENTAS

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Por medio de Internet los productores, proveedores de bienes/servicios y usuarios logran tener acceso y transmisión mundial de la información y esparcimiento en forma sencilla y económica.

La apertura de mercados es fundamental para el rápido crecimiento del uso de nuevos servicios y la asimilación de tecnologías nuevas. En la práctica, las empresas usan Internet como un nuevo canal de ventas. El comercio electrónico es por lo tanto una alternativa de reducción de costos y una herramienta fundamental en el desempeño empresarial que los alumnos deben conocer.

b. Objetivos de aprendizaje

1. Capacidad de análisis de problemas y situaciones nuevas en función de la evolución de la tecnología.
2. Habilidad de trabajo en grupo soportada en aplicaciones de nuevas tecnologías.
3. Adquisición de destrezas para adoptar metodologías activas, participativas y creativas, desarrollando el currículum a partir de situaciones significativas para el alumnado, asumiendo un papel de orientador, facilitador y guía del aprendizaje, buscando la motivación y el interés del alumnado por el aprendizaje.
4. Capacidad para interpretar las dificultades y problemas propios de la asignatura y tomar decisiones adecuadas para su solución.
5. Capacidad para aprender por descubrimiento, es decir, enseñar a aprender de forma autónoma para facilitar la actualización profesional en el futuro.
6. Conductas y actitudes analíticas, de rigor y de trabajo en el campo de toma de decisiones por parte de los estudiantes.
7. Capacidad para armonizar e integrar la teoría y la práctica.
8. Entender el impacto que Internet tiene en las organizaciones empresariales y cómo está alterando los procesos de negocio y la propia organización empresarial. Analizar los servicios de Internet y su potencialidad e impacto en los procesos de negocio.
9. Capacitar al alumno en la creación, gestión o administración de cualquier proyecto de Comercio Electrónico en sus diferentes variedades y niveles, teniendo sólidamente asimilados los conceptos fundamentales de esta nueva forma de hacer negocios y claramente determinadas las fases a seguir para su implementación en función de la legislación nacional/internacional vigente.
10. Adquirir conocimiento sobre la instrumentación tecnológica que ofrece Internet, de forma que descubra las técnicas más novedosas para mejorar las ventas, disminuir costes, gestionar cobros con sistemas seguros, crear Tiendas Virtuales, generar publicidad, utilizar motores de búsqueda, implementar Intranets o/y Extranets (con el apoyo de sus socios tecnológicos o crear catálogos Web).

c. Contenidos

- INTERNET PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO
- LA WEB SITE Y SU DISEÑO
- COMERCIO ELECTRÓNICO: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN
- MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

d. Métodos docentes

- Lecciones magistrales introductorias
- Discusiones y debates sobre las cuestiones abordadas en los contenidos.
- Resolución de diversos ejercicios prácticos propuestos para los temas del programa.
- Introducción mediante actividades diversas (ejemplos sacados de estudios) al análisis cualitativo.
- Búsqueda de información puntual y actualizada sobre los supuestos planteados, que será expuesta en función de su interés
- El alumnado hace preguntas, consultas o aporta datos e informaciones contrastadas sobre uno de los temas propuestos. Se realiza individualmente o en pequeño grupo. Se trata de búsqueda de información, contraste y complemento con lo tratado en las clases. Las clases prácticas estarán orientadas al perfeccionamiento del alumnado en técnicas, herramientas y habilidades necesarias para el uso de las TIC y programas y herramientas de diseño a un nivel de segundo curso.
- Utilización de plataforma Moodle, foros, jerarquización de trabajos, e-mail, servicios de Internet, etc.
- Tutorías dirigidas

e. Plan de trabajo

- Resolución de diversos ejercicios prácticos.
- Las prácticas presenciales se realizarán durante las clases de forma individualizada o bien en grupos.
- Las prácticas de consolidación se realizarán como trabajo personal de forma individualizada o bien en grupos.

f. Evaluación

- Las actividades desarrolladas a lo largo del curso permitirán evaluar los conocimientos adquiridos por los alumnos sobre este bloque
- A lo largo del curso, el alumno tendrá la obligación de entregar tareas que serán solicitadas por el profesorado en fechas a determinar. Dichas tareas deberán ser realizadas obligatoriamente (en algunos casos en horas presenciales). El desconocimiento o la no presencia del alumno para la realización de dichas tareas en las fechas determinadas no le exime de la obligatoriedad de la tarea y su calificación.
- Al final del curso y en la fecha programada se realizará una prueba práctica y/o teórica sobre los contenidos tratados.

g. Material docente

g.1 Bibliografía básica

Libro Blanco del Comercio Electrónico

g.2. Bibliografía complementaria

Se hará pública al comienzo de cada curso académico

g.3. Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Se hará pública al comienzo de cada curso académico

h. Recursos necesarios

Aula de informática con acceso a Internet



i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
4	Primeras diez semanas del semestre





Bloque 2: SEGURIDAD EN INTERNET

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

Se pretende concienciar al alumno de la importancia de la seguridad en Internet tanto si se accede a este medio para comprar como si el objetivo es vender (Comercio electrónico). Esta seguridad también es fundamental en otros medios (e-banca, e-facturación...) para evitar posibles fraudes.

b. Objetivos de aprendizaje

1. El alumno deberá ser capaz de analizar de forma crítica la situación de seguridad en los datos transmitidos a través de Internet.
2. El alumno deberá conocer las herramientas informáticas disponibles para asegurar la integridad y autenticidad de la información contable y financiera transmitida a través de canales no seguros.
3. El alumno alcanzará un elevado nivel de destreza en la aplicación práctica del software utilizado (programas de cifrado y descifrado, software de generación de firmas digitales)

c. Contenidos

- CONSEJOS DE SEGURIDAD EN INTERNET
- MÉTODOS DE CIFRADO
- CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS Y FIRMA ELECTRÓNICA
- PROTOCOLOS PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO SEGURO (TLS, 3DS2 Y Sellos de Confianza Online)

d. Métodos docentes

- Sesiones teóricas (lección magistral) en grupo grande.
- Clases prácticas en grupos reducidos en aula de informática.

e. Plan de trabajo

- Se realizarán tres sesiones teóricas y dos sesiones prácticas en el aula de informática, de 1 hora y media de duración cada una de ellas (total: 7,5 horas presenciales).

f. Evaluación

- Examen final sobre una calificación máxima de 1,7 puntos.
- Para superar este bloque es necesario obtener una calificación mínima de 0,8 puntos en dicho examen final que constará de preguntas cortas y de cuestiones de Verdadero o Falso. Las cuestiones de V o F mal contestadas restarán puntuación en función de lo que indique el profesor de este bloque al inicio del mismo.
- Para superar la asignatura es imprescindible haber superado todos los bloques que la componen.

g. Material docente

Se facilitará a través del Campus Virtual (Moodle) y del servicio de reprografía el material necesario para el seguimiento de la materia impartida en este bloque y para la preparación para la correspondiente evaluación del mismo.

g.1. Bibliografía básica

Debido a la rapidez con la que envejecen los libros de esta materia, el primer día de impartición de este Bloque se informará a los estudiantes de la bibliografía necesaria para poder seguir el temario.



g.2. Bibliografía complementaria

Debido a la rapidez con la que envejecen los libros de esta materia, el primer día de impartición de este Bloque se informará a los estudiantes de la bibliografía complementaria que puede ayudar a aquellos estudiantes que deseen profundizar en este tema.

g.3. Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

Se harán públicos al comienzo de la impartición de este bloque en el Campus Virtual (Moodle) de la asignatura.

h. Recursos necesarios

Aula de informática con acceso a Internet

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1	7,5 horas presenciales al final del semestre

Bloque 3: ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICOCarga de trabajo en créditos ECTS: **a. Contextualización y justificación**

Se pretende contribuir a la consecución de los objetivos generales de esta asignatura, que, tras conocer los aspectos técnicos del comercio electrónico y la seguridad en la red, se analizará la normativa jurídica con un enfoque nacional, comunitario e internacional.

El mercado electrónico es una modalidad de la compra a distancia que está proliferando mucho últimamente, fruto de la creciente familiarización de los consumidores con las nuevas tecnologías.

Como técnica de compra a distancia, los comerciantes y consumidores deben tener en cuenta ciertas previsiones recogidas en nuestra normativa jurídica sin las cuales no pueden operar de forma correcta en este mercado.

b. Objetivos de aprendizaje

1. El alumno deberá ser capaz de analizar los métodos utilizados en la contratación electrónica.
2. El alumno deberá conocer la legislación aplicable.
3. El alumno deberá saber utilizar los preceptos legales adecuados y conocer las consecuencias

c. Contenidos

- CONCEPTOS PREVIOS NECESARIOS PARA COMPRENDER LA NORMATIVA JURÍDICA
- LEGISLACIÓN APLICABLE AL COMERCIO ELECTRÓNICO
- VALIDEZ Y EFICACIA DE LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR VÍA ELECTRÓNICA

d. Métodos docentes

- Sesiones teóricas (lección magistral).
- Búsqueda de información puntual y actualizada sobre los supuestos planteados, que serán expuestas en función de su interés (necesariamente relacionada con el tema que se trate en clase, convenientemente trabajada y contrastada).

e. Plan de trabajo

- Se realizarán 2 sesiones teóricas de 1 hora y media de duración y 3 sesiones prácticas de una hora y media de duración en el aula de informática (total: 7,5 horas).

f. Evaluación

- Examen final sobre una calificación máxima de 1,7 puntos.
- Para superar este bloque es necesario obtener una calificación mínima de 0,9 puntos en dicho examen final.
- Para superar la asignatura es imprescindible haber superado los tres bloques que la componen.

g Material docente**g.1 Bibliografía básica**

- AWARD, E. M. (2007). Comercio electrónico. Ed. Pearson Education, Madrid.
- DAVARA RODRÍGUEZ, M. A. (2008). Manual de derecho informático. Aranzadi, Pamplona.
- DORAL, A. (2002). Seguridad en Internet y medios de pago electrónicos. Ed. Prentice-Hall, Madrid.
- HERNÁNDEZ RAMOS, E. M^a y HERNÁNDEZ BARRUECO, L. C. (2018). Manual del Comercio electrónico. Barcelona: Marge Books.



- ILLESCAS ORTIZ, R. (2019). Derecho de la contratación electrónica. Cizur menor, Navarra: Thomson Reuters Civitas.
- ORTEGA JIMÉNEZ, A. (2009). Guía práctica de contratación internacional. ESIC, Madrid.
- PUENTES CALVO, J. F. (2008). Principios De seguridad en el comercio electrónico. Ed. Ra-Ma, Madrid.
- RINCÓN CÁRDENAS, E. (2020). Derecho del comercio electrónico y de internet. Valencia: Editorial Tirant Lo Blanch.

g.2. Bibliografía complementaria

- ÁLVAREZ CIENFUEGOS SUÁREZ, J. M. (2000) La firma y el comercio electrónico en España. Comentarios a la legislación vigente. Ed. Aranzadi, Pamplona.
- MARTÍNEZ NADAL, A. (2001). La ley de firma electrónica. Ed. Civitas, Madrid.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

- Se harán públicos al comienzo de cada curso académico en caso de que sea necesario

h. Recursos necesarios

Aula de informática con acceso a Internet

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1	7.5 horas presenciales al final del semestre



5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Lecciones magistrales introductorias
- Discusiones y debates sobre las cuestiones abordadas en los contenidos
- Resolución de diversos ejercicios prácticos propuestos para los temas del programa
- Sesiones teóricas (lección magistral) de una hora de duración cada una
- Búsqueda de información puntual y actualizada sobre los supuestos planteados, que será expuesta en función de su interés (necesariamente relacionada con el tema que se trate en clase, convenientemente trabajada y contrastada)
- Clases prácticas en grupos reducidos en el aula de informática
- Introducción mediante actividades diversas (ejemplos sacados de estudios) al análisis cualitativo

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES PRESENCIALES A DISTANCIA	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	21	Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	24
Clases prácticas	21	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	24
Evaluación	3	Realización de trabajos, informes, memorias...	45
		Preparación orientada a la evaluación	12
Total presencial	45	Total no presencial	105
TOTAL: presencial + no presencial			150

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
<p>Bloque 1</p> <p>- Nota del examen TEÓRICO</p> <p>- Trabajos PRÁCTICOS y examen PRÁCTICO</p>	<p>Mínimo un 16 %</p> <p>Máximo un 50 %</p>	<p>En las fechas programadas se podrán realizar pruebas sobre la parte teórica de este bloque. Es requisito fundamental para poder superar la asignatura obtener al menos un 45 % del peso de la nota de este apartado. Al final del curso y en la fecha programada se realizará una prueba teórica, si es necesaria, sobre los contenidos estudiados.</p> <p>A lo largo del curso, el alumno realizará ejercicios, supuestos prácticos y trabajos que se irán entregando en las fechas que se fijen. Entre los trabajos solicitados se indicarán cuáles son de carácter obligatorio.</p> <p>Al final del curso y en la fecha programada se realizará una prueba práctica, si es necesaria, sobre los contenidos estudiados. La calificación final de este apartado quedará constituida por la nota del/os examen/es (mínimo 40 %) y la valoración de los trabajos presentados (máximo 60 %)</p>
<p>Bloque 2</p> <p>Examen final sobre una calificación máxima de 1,7 puntos</p>	17 %	<p><u>Para superar este bloque</u> es necesario obtener una calificación mínima de 0,9 puntos en el examen final.</p> <p><u>Para superar la asignatura</u> es imprescindible haber superado los tres bloques que la componen.</p>
<p>Bloque 3</p> <p>Examen final sobre una calificación máxima de 1,7 puntos</p>	17 %	<p><u>Para superar este bloque</u> es necesario obtener una calificación mínima de 0,9 puntos en el examen final.</p> <p><u>Para superar la asignatura</u> es imprescindible haber superado los tres bloques que la componen.</p>

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

○ **Convocatoria ordinaria:**

El alumno que ha optado a evaluación continua RENUNCIA a la convocatoria ordinaria

BLOQUE 1: Para poder obtener la calificación de la asignatura por evaluación continua es obligatorio que el alumno asista a clase un 80 % del total posible. En caso contrario, el alumno deberá realizar las pruebas de evaluación correspondientes.

Para aprobar la asignatura, es requisito obligatorio obtener al menos 1 punto en la parte teórica del BLOQUE 1, 0,9 puntos en el BLOQUE 2 y 0,9 puntos en el bloque 3 y que la suma de las calificaciones de los tres bloques sea 5 o superior.

○ **Convocatoria extraordinaria:**

Para aprobar la asignatura, es requisito obligatorio obtener al menos 1 punto en la parte teórica del BLOQUE 1, 0,9 puntos en el BLOQUE 2 y 0,9 puntos en el BLOQUE 3 y que la suma de las calificaciones de los tres bloques sea 5 o superior.



8. Consideraciones finales

Las tareas propuestas de evaluación continua finalizarán en el horario en el que están programadas, sin posibilidad de realizarlas fuera de los periodos asignados.

La Universidad de Valladolid ante la situación generada por la pandemia del Covid19 ha apostado por la presencialidad segura de nuestros estudiantes durante el curso 2020-21. Eso significa, entre otros aspectos, que la distancia entre los estudiantes en clase debe ser de 1.5 metros en todo caso. Para poder cumplir este requisito y que todos nuestros estudiantes puedan acudir a clase, teniendo en cuenta la disponibilidad de aulas y su tamaño en la Facultad de Comercio, ha sido necesario reducir de forma excepcional para este curso la presencialidad de esta asignatura al 30%, es decir, que el alumno por cada crédito ECTS recibirá 7,5 horas de clase en vez de 10, como ocurre en situaciones de normalidad. Esta disminución permitirá incrementar el número de grupos de prácticas de la asignatura de forma que ninguno supere los 25 alumnos.

Se trata, pues, de una situación imprescindible para garantizar la presencialidad de todos nuestros estudiantes en estas sesiones prácticas que son muy importantes para la adquisición de competencias transversales, como pueden ser el trabajo en equipo o la capacidad de exponer en público, así como competencias específicas cuando se requiera el uso de laboratorios de informática o salidas al exterior para realizar trabajo de campo. Además, estas clases prácticas en grupos reducidos resultan fundamentales para llevar a cabo la evaluación continua de nuestros estudiantes, dado que permiten realizar un seguimiento individualizado de los progresos del alumno en la adquisición de las diversas competencias que se trabajan en esta asignatura.