

PLAN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

Curso académico: 2024/2025

Identificación y características de la asignatura			
Código	401812	Créditos ECTS	6
Denominación(es pañol)	COMERCIO ELECTRÓNICO		
Denominación(inglés)	ELECTRONIC COMMERCE (E-COMMERCE)		
Titulaciones	Máster Universitario en Gestión de la información en redes sociales y de los productos digitales en Internet		
Centro	Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación		
Semestre	2º	Carácter	Obligatoria
Módulo	Distribución de productos digitales		
Materia	Recursos de gestión on line		
Profesor/es			
Nombre	Despacho	Correo-e	Página web
M.ª del Rosario Fernández Falero	41	rferfal@unex.es	
Área de conocimiento	Biblioteconomía y Documentación		
Departamento	Información y Comunicación		
Profesor coordinador (si hay más de uno)	M.ª del Rosario Fernández Falero		

Competencias
<p>Competencias básicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Competencias específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • CE14 – Desarrollar habilidades para el comercio electrónico y analizar los aspectos formales de la tienda on line.

Código Seguro De Verificación	dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:36:14
Observaciones		Página	1/5
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



- CE15 – Analizar el comportamiento de la información comercial electrónica y descubrir los diferentes perfiles de los usuarios de la Red.
- Competencias transversales**
- CT1 – Saber presentar y comunicar públicamente, de manera lógica y ordenada, ideas, problemas y soluciones, tanto de forma oral como escrita.
 - CT2 – Utilizar las tecnologías de la información como herramienta de trabajo intelectual y como elemento esencial para crear productos, informarse, aprender y comunicarse.
 - CT3 – Conocer la terminología especializada para el desarrollo de la actividad profesional relacionada con la creación de productos digitales y las redes sociales.
 - CT4 – Adquirir los conocimientos metodológicos necesarios para afrontar los retos profesionales de una forma ética y rigurosa.
 - CT5 – Aprender y usar habilidades sociales e interpersonales en las relaciones con otras personas para poder trabajar en grupos multidisciplinares e interculturales.
 - CT6 – Garantizar que el trabajo profesional especializado que desempeñe en el entorno de la creación de productos digitales y las redes sociales contemple los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.
- Competencias generales**
- CG3 – Profundizar en las técnicas de distribución de productos digitales y captación de recursos externos, así como analizar el comportamiento de la información comercial electrónica.
 -

Contenidos	
Breve descripción del contenido	
<p>Información comercial electrónica. Comportamiento humano ante la información: concepto, tipología y origen de los estudios. Situación actual y tendencias. Situación y futuro del comercio electrónico a través de las redes sociales. Comercio electrónico: origen y definición, concepto, tipologías y futuro. Comercio ubicuo: televisión, radio, teléfono móvil y otros medios ubicuos. Tiendas en línea: características informacionales del sitio web, analítica y Minería web; posicionamiento SEO y SEM; Google AdWords. Usuario/comprador: revisión del concepto y tipologías. Profesional de la información comercial.</p>	
Temario de la asignatura	
<p>Denominación del tema 1: Información comercial electrónica. Contenidos del tema 1: Revisión bibliográfica. Descripción de las actividades prácticas del tema 1: Cuestionario teórico/práctico.</p>	
<p>Denominación del tema 2: Comportamiento humano ante la información Contenidos del tema 2: concepto, tipología y origen de los estudios. Situación actual y tendencias. Descripción de las actividades prácticas del tema 2: Cuestionario teórico/práctico.</p>	
<p>Denominación del tema 3: Comercio electrónico Contenidos del tema 3: origen y definición, concepto, tipologías y futuro. Situación y futuro del comercio electrónico a través de las redes sociales. Descripción de las actividades prácticas del tema 3: Cuestionario teórico/práctico.</p>	
<p>Denominación del tema 4: Comercio ubicuo Contenidos del tema 4: comercio por televisión, radio, teléfono móvil y otros medios ubicuos. Descripción de las actividades prácticas del tema 4: Cuestionario teórico/práctico.</p>	
<p>Denominación del tema 5: Tiendas en línea Contenidos del tema 5: características informacionales del sitio web, analítica y Minería web. Descripción de las actividades prácticas del tema 5: Cuestionario teórico/práctico.</p>	
<p>Denominación del tema 6: Usuario/comprador Contenidos del tema 6: revisión del concepto y tipologías. Profesional de la información comercial. Descripción de las actividades prácticas del tema 6: Cuestionario teórico/práctico y trabajo colaborativo.</p>	

Código Seguro De Verificación	dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:36:14
Observaciones		Página	2/5
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



Actividades formativas						
Horas de trabajo del alumno/a por tema		Actividades				
Tema	Total	CVS	CVA	TVS	TVA	TA
1	10		4		1	5
2	17		6		1	10
3	17		6		1	10
4	18		7		1	10
5	18		7		1	10
6	35		20		5	10
Evaluación	35					35
TOTAL ECTS	150		60			90

CVS: Clase virtual síncrona. Actividad docente que se desarrolla a través de una interacción entre profesorado y estudiantes, que requiere la coincidencia de ambos al mismo tiempo (presencia síncrona), utilizando las herramientas tecnológicas de comunicación que permitan dicha interacción como, por ejemplo, chat y videoconferencia, entre otras.

CVA: Clase virtual asíncrona. Actividad docente en la que profesorado y estudiantes interactúan, de manera flexible, en momentos temporales distintos. Para el desarrollo de esta actividad docente se pueden combinar diferentes recursos educativos haciendo uso de las TIC.

TVS: Tutoría virtual síncrona. Explicación personalizada en grupos reducidos sobre los conocimientos y aplicaciones mostradas en las clases teóricas y de problemas, Seguimiento individual o grupal de estudiantes a través de herramientas de comunicación síncrona (chat, videoconferencia...)

TVA: Tutoría virtual asíncrona. Seguimiento individual o grupal de estudiantes a través de herramientas de comunicación asíncrona (correo electrónico, foros, etc.).

TA: Trabajo autónomo. Autoaprendizaje, estudio personal, elaboración de informes de prácticas, trabajos o relaciones de problemas propuestas por el equipo docente y preparación de exámenes.

Metodologías docentes

- Métodos de enseñanza-aprendizaje colaborativos.
- Método expositivo apoyado en materiales digitales interactivos y audiovisuales.
- Orientación y tutoría individual y grupal.
- Aprendizaje basado en investigación (ABI) aplicado a la profesión en procesos de gestión, producción y difusión.

Resultados de aprendizaje

- Adquirir habilidades de investigación en fuentes documentales digitales y de diseño de sus propios sistemas de información documental
- Conocer el desarrollo y el futuro de la información comercial electrónica.
- Conocer y analizar la información compilada en tiendas en línea.
- Conocer los medios de venta electrónica presentes y futuros.
- Gestionar la información comercial electrónica.
- Conocer el perfil profesional del especialista en información comercial electrónica.

Código Seguro De Verificación	dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:36:14
Observaciones		Página	3/5
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



Sistemas de evaluación

Sistema de evaluación	Tipología de actividades	Ponderación
Evaluación Continua (=>60%)	Webquest (búsqueda de recursos en la web).	20%
	Elaboración de documento escrito, de trabajos, realización de tareas, resolución de problemas, cuestionarios.	40%
	Comunicación síncrona y asíncrona para tutoría individual o grupal (foro de debate, seminario, coordinación de trabajo colaborativo).	10%
	Lectura de textos, artículos, capítulos de libros académicos y científicos.	10%
Evaluación Final (=<40%)	1. Examen escrito: prueba objetiva y/o de desarrollo	20%

Atendiendo a la Normativa de evaluación de las Titulaciones oficiales de Grado y Máster de la Universidad de Extremadura, existen dos modalidades de evaluación:

a) Modalidad de evaluación continua: la evaluación de la asignatura se realizará en orden a tres aspectos fundamentales:

- Examen final consiste en la realización de una o varias pruebas escritas cuyo valor debe ser igual al 20% de la evaluación.
- Actividades de Evaluación continua es la media ponderada de la calificación obtenida en los trabajos y tareas estipuladas en cada asignatura, siendo el total igual al 80% de la evaluación. En su evaluación se tendrán en cuenta las diferentes actividades formativas. Todas estas actividades serán recuperables en todas las convocatorias.

b) Modalidad de evaluación global: la calificación de la asignatura dependerá exclusivamente de una prueba final que englobará todos los contenidos de la asignatura, y que se realizará en la fecha oficial de cada convocatoria. Este examen final tendrá las características que se han explicado más arriba.

Los alumnos pueden elegir que se les evalúe únicamente mediante evaluación global. Esta elección deberá comunicarse por escrito a las profesoras de la asignatura durante los plazos establecidos en la normativa vigente, mediante el espacio específico que se creará para ello en el aula virtual de la asignatura. En ausencia de solicitud expresa por parte del estudiante, la modalidad asignada será la de evaluación continua. La elección de la modalidad de evaluación global supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose de las actividades de la modalidad de evaluación continua que resten, y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las que ya se hayan celebrado.

Se aplicará el sistema de calificaciones vigente.

Bibliografía (básica y complementaria)

Bibliografía básica

ARIAS, M.A. Marketing Digital. Posicionamiento SEO, SEM y Redes Sociales. Createspace, 2013.
 CIFUENTES NEIRA, Sergio Andrés. El Comercio Electrónico en el Metaverso: una Mirada al Desarrollo de la Economía Digital. Universidad Santo Tomás Colombia, 2024.
 FERNÁNDEZ FALERO, M.R.; PERAL PACHECO, D. Comportamiento humano de la información comercial: teleformación en España. Information Research [en línea]. 2001, vol. 16, nº. 1, pp1-17. [Consulta: 17 julio 2016]. Disponible en: <http://InformatioR.net/ir/16-1/paper459.html>.
 FRANCO, Laerte K. et al. MUCS: A model for ubiquitous commerce support. Electronic Commerce Research and Applications [en línea]. 2011, vol. 10, nº 2, p. 237–246. [Consulta: 14 diciembre 2011]. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1567422310000700>.

Código Seguro De Verificación	dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:36:14
Observaciones		Página	4/5
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==		
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		



HURTADO GUAPO, M.A.; FERNÁNDEZ FALERO. M.R. Reconciliando las tipologías de usuarios de Internet. Razón y Palabra. 2015, nº. 89. p.1-18.
 HURTADO GUAPO, M.A.; FERNÁNDEZ FALERO. M.R. Información comercial electrónica. Eac, 2016.
 SEASONE, Eloy. La nueva era del comercio: comercio electrónico. Vigo: Ideas propias Editorial, 2005.
 SOLÉ MORO, M.L. Comercio electrónico: un mercado en expansión. Madrid: ESIC editorial, 2000.
 SPINK, A.; COLE, C. New directions in human information behaviour. Neherlands: Springer, 2006.
 WILSON, T. D. Human information behaviour. Informing Science. 2000, vol. 30, nº. 4, p. 49-55.

Bibliografía complementaria

BUSTAMANTE, E. Comunicación y cultura en la era digital. Gedisa, Barcelona, 2002.
 LOWE, M. Business information at work. London: Aslib, 1999.
 OWENS, I.; WILSON, T.; ABELL, T. Information and business performance: a study or information systems and services in high performing companies. London: Bowker Saur, 1996.

Otros recursos y materiales docentes complementarios

La asignatura cuenta con un aula en el Campus Virtual de la Universidad de Extremadura en la que se encuentran incluidos los principales recursos digitales (temas, presentaciones, cuestionarios, etc.) para el correcto seguimiento de la misma.

Recursos virtuales:

- Recursos accesibles desde la biblioteca de la UEx (<http://biblioteca.unex.es/>)
- Uso general de Internet como fuente de información.

Código Seguro De Verificación	dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==	Estado	Fecha y hora	
Firmado Por	Javier Trabadela Robles	Firmado	11/07/2024 09:36:14	
Observaciones		Página	5/5	
Url De Verificación	https://uex09.unex.es/vfirma/code/dEzBLWosNk/GNuI1JHzHJg==			
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).			