



Universidad
de Navarra

Comercio Electrónico_20 (F. Económicas)

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Breve descripción: Este curso examina los conceptos, la tecnología y las aplicaciones del comercio electrónico y las actividades necesarias para operar dicho modelo de negocio, estableciendo el contexto para el comercio electrónico dentro del dominio de los sistemas de información, pasando a examinar el comercio electrónico en detalle. Presenta conceptos generales sobre el comercio electrónico y los demuestra con un caso de estudio. El programa también discute sobre los requisitos y actividades para iniciar y operar un comercio electrónico, trabajando sobre producto, logística, marca, marketing, etc., así como la gestión y la analítica de datos para dar soporte al rendimiento empresarial.

Titulación: Administración de Empresa

Módulo/Materia: 7. Optativas / 7.2. Optativas específicas

ECTS: 3

Curso, semestre: Segundo y segundo semestre

Carácter: Optativa para los alumnos de ADE, si bien será obligatoria para los estudiantes del perfil de Dirección de Empresas y Estrategia

Profesorado: Joseba Carricas y Jon Arbizu

Idioma: Español

Aula, Horario: miércoles a las 10:00 (Aula 01) y viernes a las 8:00 (Aula 16), de enero hasta la semana del 26 de febrero.

COMPETENCIAS

CEOP7: Analizar las tendencias actuales en el diseño de objetivos y/o estrategias en la empresa.

CEOP8: Desarrollar objetivos, estrategias y/o proyectos en el ámbito de la producción, logística y marketing.

CEOP9: Identificar las nuevas tendencias en el ámbito del marketing, operaciones y/o modelos de negocios.

CEOP10: Desarrollar casos prácticos que describan la estrategia de una empresa y los factores claves en la competitividad de las empresas.

CEOP11: Dominar las metodologías de gestión de proyectos y análisis de procesos como herramientas básicas para la toma de decisiones en una empresa.

PROGRAMA

- Módulo 1: modelo de negocio y plan de negocio.



Universidad de Navarra

- Módulo 2: marca, clientes y marketing.
- Módulo 3: plataforma y operaciones -producto, logística y pagos.
- Módulo 4: plataforma y operaciones -ejecución de marketing y servicio al cliente.
- Módulo 5: gestión empresarial y analítica.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Sesiones teóricas: 28 horas.
- Estudio individualizado: 20 horas.
- Realización de un trabajo grupal: 25 horas.
- Examen: 2 horas.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

- Trabajo en grupo en empresa: 30%
- Participación y evaluación continuada: 20%
- Examen final: 50%

La participación se calificará teniendo en cuenta la presentación oral (contenido y habilidades para comunicarse) y la realización de las actividades propuestas.

El proyecto se calificará por medio de una o dos exposiciones orales y una entrega escrita. Los criterios de evaluación se publicarán en ADI.

Los alumnos cuya calificación final sea inferior a 5 puntos o cuyo examen final no sea aprobado, es decir, un examen final inferior a 5 puntos, no aprobarán la asignatura y serán calificados como Suspenso.

Los estudiantes que no rindan el examen final no aprobarán la asignatura y serán calificados como No Presentado.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- Trabajo en grupo en empresa: 30%
- Participación y evaluación continuada: 20%
- Examen final: 60%

HORARIOS DE ATENCIÓN

D. Joseba Carricas (jcarricasga@external.unav.es)

- Despacho..... Edificio. Planta
- Horario de tutoría: Cita previa por e-mail

BIBLIOGRAFÍA

Los recursos bibliográficos se irán dando según avance el curso.