

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Introducción al comercio electrónico 1.1. Introducción y objetivos. 1.2. Evolución del comercio electrónico. 1.3. Características del comercio electrónico. 1.4. Retos del comercio electrónico	Huella UNIR: Coaching de equipos (2,6 puntos)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 1. Introducción al comercio electrónico (continuación) 1.5. Naturaleza internacional del comercio electrónico. 1.6. Estrategia y ventaja competitiva en comercio electrónico. 1.7. Referencias bibliográficas.	Test Tema 1 (0,1 puntos)	Clase del tema 1
Semana 3	Tema 2. Diseño y desarrollo de la tienda online 2.1. Introducción y objetivos. 2.2. Implicaciones del diseño de una tienda <i>online</i> . 2.3. Fases del diseño de una tienda online. 2.4. Desarrollo e implantación de una tienda <i>online</i> . 2.5. Plataformas para el desarrollo de una tienda <i>online</i> . 2.6. Referencias bibliográficas.	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del tema 2
Semana 4	Tema 3. Diseño y gestión de catálogos virtuales 3.1. Introducción y objetivos. 3.2. Concepto de diseño y usabilidad web. 3.3. El catálogo de producto. 3.4. Gestión de la cesta <i>online</i> y <i>checkout</i> . 3.5. Referencias bibliográficas.	Entrega Actividad 1 (3 puntos) Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del tema 3
Semana 5	Tema 4. Sistemas de pago y de seguridad 4.1. Introducción y objetivos. 4.2. Uso de los medios de pago en comercio electrónico. 4.3. La seguridad en los pagos. 4.4. Fraude en comercio electrónico. 4.5. Referencias bibliográficas.	Test Tema 4 (0,1 puntos)	Clase del tema 4

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	<p>Tema 5. Comportamiento del consumidor online</p> <p>5.1. Introducción y objetivos.</p> <p>5.2. El comportamiento del consumidor <i>online</i>.</p> <p>5.3. Factores que explican el comportamiento del consumidor <i>online</i>.</p> <p>5.4. El proceso de <i>behavioral targeting</i>.</p> <p>5.5. Referencias bibliográficas.</p>	<p>Test Tema 5 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del tema 5</p>
Semana 7	<p>Tema 6. La venta online</p> <p>6.1. Introducción y objetivos.</p> <p>6.2. Propuesta de valor.</p> <p>6.3. Palancas de la venta <i>online</i>.</p>		<p>Clase del tema 6</p>
Semana 8	<p>Tema 6. La venta online (continuación)</p> <p>6.4. Embudo de conversión.</p> <p>6.5. Plan de captación: marketing de contenidos.</p> <p>6.6. Referencias bibliográficas.</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 6 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase del tema 6</p>
Semana 9	<p>Tema 7. Plan de fidelización en comercio electrónico</p> <p>7.1. Introducción y objetivos.</p> <p>7.2. Las claves de la fidelización <i>online</i>.</p> <p>7.3. Estrategia de fidelización en comercio electrónico.</p> <p>7.4. Fidelizando a los clientes.</p> <p>7.5. Referencias bibliográficas.</p>	<p>Test Tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Sesión de explicación del modelo de examen</p> <p>Clase del tema 7</p>
Semana 10	<p>Tema 8. Atención al cliente en e-tailers</p> <p>8.1. Introducción y objetivos.</p> <p>8.2. Las claves de la atención al cliente en <i>e-tailers</i>.</p> <p>8.3. Optimización del servicio de atención al cliente en <i>e-tailers</i>.</p> <p>8.4. Gestión de incidencias en <i>e-tailers</i>.</p> <p>8.5. Referencias bibliográficas.</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 8 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase de resolución de la actividad 2</p> <p>Clase del tema 8</p>

CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Actividad grupal	Presentación de la Actividad Grupal Sesión de simulación
Semana 12 Tema 9. Integración y planificación en comercio electrónico 9.1. Introducción y objetivos. 9.2. Objetivos, costes y beneficios. 9.3. Organización de proyectos de comercio electrónico. 9.4. Gestión de proyectos de comercio electrónico. 9.5. Medición y control de resultados. 9.6. Referencias bibliográficas.	Test Tema 9 (0,1 puntos)	Clase del tema 9
Semana 13	Entrega Actividad grupal (5,4 puntos)	Clase de resolución de la actividad grupal
Semana 14 Tema 10. Integración de canales y omnicanalidad 10.1. Introducción y objetivos. 10.2. Definición y evolución de la omnicanalidad. 10.3. El proceso de compra omnicanal. 10.4. La omnicanalidad en el servicio de atención al cliente. 10.5. Referencias bibliográficas.	Test Tema 10 (0,1 puntos)	Clase del tema 10
Semana 15	Semana de repaso	
Semana 16	Semana de exámenes	

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.