

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. Definición y origen del comercio electrónico 1.3. Características del comercio electrónico 1.4. Tipos de comercio electrónico 1.5. Referencias bibliográficas	Huella UNIR (2,6 puntos) Test Tema 1 (0,1 punto)	Sesión de Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 2. Modelos de negocio 2.1. Introducción y objetivos 2.2. <i>Business Model Canvas</i> 2.3. Modelos de negocio digitales 2.4. Referencias bibliográficas.	Test Tema 2 (0,1 punto)	Clase del Tema 2
Semana 3	Tema 3. Infraestructuras tecnológicas para el comercio electrónico 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Diseño e implantación 3.3. <i>Software</i> 3.4. <i>Hardware</i> 3.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 punto)	Clase del Tema 3
Semana 4	Tema 4. Inbound Marketing 4.1. Introducción y objetivos 4.2. Introducción al Inbound Marketing 4.3. Pilares estratégicos del Inbound Marketing 4.4. El embudo de conversión en Inbound Marketing 4.5. Referencias bibliográficas.	Test Tema 4 (0,1 punto)	Clase del Tema 4
Semana 5	Tema 5. Marketing de atracción (I) 5.1. Introducción y objetivos 5.2. SEO para e-commerce	Entrega Actividad 1 (3 puntos)	Clase del Tema 5

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 6	Tema 5. Marketing de atracción (I) (continuación) 5.3. Marketing de contenidos 5.4. Referencias bibliográficas.	Test Tema 5 (0,1 punto)	Clase del Tema 5 (continuación)
Semana 7	Tema 6. Marketing de atracción (II) 6.1. Introducción y objetivos 6.2. SEM para e-commerce 6.3. Afiliación para e-commerce 6.4. Social Media para e-commerce 6.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 6 (0,1 punto)	Clase de Resolución de la Actividad 1 Clase del Tema 6
Semana 8	Tema 7. Automatización del marketing 7.1. Introducción y objetivos 7.2. Email marketing		Clase del Tema 7
Semana 9	Tema 7. Automatización del marketing (continuación) 7.3. <i>Growth hacking marketing</i> 7.4. Uso de los <i>chatbot</i> 7.5. Referencias bibliográficas	Entrega Actividad 2 (3 puntos) Test Tema 7 (0,1 punto)	Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 7 (continuación)
Semana 10	Tema 8. Seguridad en las transacciones y medios de pago 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Amenazas de seguridad 8.3. Soluciones tecnológicas y legales de seguridad 8.4. Medios de pago 8.5. Referencias bibliográficas	Actividad grupal Lectura individual Test Tema 8 (0,1 punto)	Clase del Tema 8
Semana 11		Actividad grupal Aula de discusión	Clase de Resolución de la Actividad 2 Presentación de la Actividad Grupal

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 12	Tema 9. Logística del comercio electrónico 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Procesos de aprovisionamiento y logística 9.3. Intercambios electrónicos de información 9.4. Gestión electrónica de la cadena de suministro 9.5. Referencias bibliográficas	Test Tema 9 (0,1 punto)	Clase del Tema 9
Semana 13		Entrega de Actividad Grupal (5,4 puntos)	Clase de Resolución de Actividad Grupal
Semana 14	Tema 10. Integración y planificación en comercio electrónico 10.1. Introducción y objetivos 10.2. Objetivos, costes y beneficios 10.3. Organización de proyectos de comercio electrónico 10.4. Gestión de proyectos de comercio electrónico 10.5. Medición y control de resultados 10.6. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 punto)	Clase del Tema 10
Semana 15	Clase 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.