

## 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)
Semana 1	<b>Tema 1. Tienda online</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Planeación de la tienda online 1.3. Tipos y usos específicos 1.4. Estructura de una tienda online	
Semana 2	<b>Tema 1. Tienda online (continuación)</b> 1.5. Elección del contenido y diseño 1.6. Fases de la creación de un sitio web 1.7. El marketing de contenidos 1.8. Referencias bibliográficas	<b>Actividad 1.</b> Organizador gráfico: Estructura de una tienda <i>online</i> (2 puntos)
Semana 3	<b>Tema 2. Tecnología de la tienda online</b> 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Crear o comprar 2.3. Plataformas para tiendas online 2.4. Adaptación de otras plataformas para tiendas virtuales	
Semana 4	<b>Tema 2. Tecnología de la tienda online (continuación)</b> 2.5. Desarrollo y evolución de las tiendas online 2.6. El futuro de las tiendas online	
Semana 5	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 6	<b>Tema 3. Front end y gestión del catálogo</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Concepto de <i>front end</i> 3.3. La <i>Long Tail</i> según Chris Anderson 3.4. Pareto, superventas y la gestión del catálogo	<b>Actividad 2.</b> Investigación: Utilidad de los motores de búsqueda (2 puntos)
Semana 7	<b>Tema 3. Front end y gestión del catálogo (continuación)</b> 3.5. Utilidad comercial de los motores de búsqueda 3.6. ¿Cómo hacer que mi sitio web aparezca en el buscador?	
Semana 8	<b>Tema 4. Fidelización, satisfacción y atención al cliente</b> 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Fidelización, satisfacción y atención al cliente 4.3. La reputación corporativa online 4.4. Recencia en el marketing digital y traducción de compra en la tienda virtual	<b>Actividad 3.</b> Proyecto: Propuesta de diseño de tienda <i>online</i> (8 puntos)
Semana 9	<b>Tema 4. Fidelización, satisfacción y atención al cliente (continuación)</b> 4.5. La fórmula mágica 4.6. Etapas del embudo de conversión 4.7. La evolución del <i>purchase funnel</i> 4.8. Referencias bibliográficas	

Semana 10	<b>Tema 5. Logística del e-Commerce</b> 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. El marketing de servicios y el marketing de productos 5.3. Qué es el marketing viral 5.4. El <i>email marketing</i>	
Semana 11	<b>Tema 5. Logística del e-Commerce (continuación)</b> 5.5. <i>Dropshipping</i> 5.6. Aspectos críticos de éxito en la logística 5.7. Referencias bibliográficas	
Semana 12	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 13	<b>Tema 6. Medios de Pago</b> 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Medios de pago online 6.3. Impacto de los medios de pago en el proceso 6.4. Evolución de los medios de pago	<b>Actividad grupal.</b> Caso de estudio: Medios de pago (3 puntos)
Semana 14	<b>Tema 6. Medios de Pago (continuación)</b> 6.5. La seguridad en los medios de pago 6.6. El uso de la firma electrónica 6.7. Referencias bibliográficas	
Semana 15	<b>Tema 7. Financiamiento y control</b> 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. La cuenta de resultados 7.3. Relación entre la cuenta de resultados y el embudo 7.4. Fuentes de financiamiento	
Semana 16	<b>Semana de repaso</b>	
Semana 17	<b>Examen final – Plan de negocio y diseño de tienda <i>online</i></b>	

**NOTA**

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