

Programación semanal

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

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Conceptos básicos de comercio electrónico 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Definición 1.3. Principales elementos y tipos 1.4. Evolución del comercio electrónico 1.5. Principales cifras 1.6. Estudios y fuentes de información	Trabajo global: Plan de creación de tienda online (1,6 puntos)	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,20 puntos cada una) Test tema 1 (0,05 puntos)
Semana 2	Tema 2. Estrategia en comercio electrónico 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. El concepto de cadena de valor 2.3. La cadena de valor del comercio electrónico 2.4. Concepto de estrategia		
Semana 3	Tema 2. Estrategia en comercio electrónico (continuación) 2.5. La ventaja competitiva 2.6. UPS 2.7. Cómo competir	Trabajo: Ventaja competitiva (0,6 puntos)	Foro: ¿Cuáles son las principales USP en comercio electrónico? ¿Cuáles son sostenibles y por qué? (0,5 puntos) Test tema 2 (0,05 puntos)
Semana 4	Tema 3. El embudo de conversión 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. El concepto de funnel o embudo 3.3. La masa crítica 3.4. La fórmula del comercio electrónico 3.5. La tasa de conversión		Test tema 3 (0,05 puntos)
Semana 5	Tema 4. Generar visitas y el plan de marketing 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 El plan de marketing en comercio electrónico 4.3 Métodos de generación de visitas		
Semana 6	Tema 4. Generar visitas y el plan de marketing (continuación) 4.4. Branding y publicidad online 4.5. Eficiencia de la captación: las siete propiedades de Morville para el análisis de la experiencia del usuario: útil, usable, deseable, encontrable, accesible, creíble y valioso 4.6. Concepto de diseño centrado en el usuario 4.7. Referencias bibliográficas	Trabajo: Siete propiedades de Morville (0,6 puntos)	Test tema 4 (0,05 puntos)
Semana 7	Tema 5. Herramientas para la conversión 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Eficiencia de la conversión 5.3. Usabilidad web 5.4. Experiencia de usuario 5.5. Upselling, cross-selling y venta por impulso		Test tema 5 (0,05 puntos)

	Temas	Trabajos (4 puntos)	Eventos (2 puntos)
Semana 8	Tema 6. Front end y gestión del catálogo 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Concepto de front end 6.3. La long tail de Chris Anderson 6.4. Pareto, superventas y la gestión del catálogo		Foro: Foro de debate: Long Tail, ¿el futuro en negocios? (0,5 puntos) Test tema 6 (0,05 puntos)
Semana 9	Tema 7. Gestión de contenidos 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. El contenido es el rey 7.3. Contenido y tasa de rebote 7.4. Coste del contenido		
Semana 10	Tema 7. Gestión de contenidos (continuación) 7.5. Modelos de negocio basados en contenidos	Trabajo: Modelos de negocio (0,6 puntos)	Test tema 7 (0,05 puntos)
Semana 11	Tema 8. Medios de pago 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Medios de pago online 8.3. Impacto de los medios de pago en el proceso 8.4. Evolución de los medios de pago	Trabajo: Evolución de los medios de pago por Internet (0,6 puntos)	Test tema 8 (0,05 puntos)
Semana 12	Tema 9. Logística del comercio electrónico 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Productos versus servicios: vendiendo átomos 9.3. Dropshipping 9.4. Aspectos críticos de éxito de la logística		Test tema 9 (0,05 puntos)
Semana 13	Tema 10. Fidelización, satisfacción y atención al cliente 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Fidelización, satisfacción y retención 10.3. Concepto de recencia 10.4. La fórmula mágica		Test tema 10 (0,05 puntos)
Semana 14	Tema 11. Tecnología de la tienda online 11.1 ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Crear o comprar 11.3. Magento y shopify 11.4. Tecnologías de desarrollo de tiendas online 11.5. Evolución tecnológica		Test tema 11 (0,05 puntos)
Semana 15	Tema 12. Financiación y control 12.1 ¿Cómo estudiar este tema? 12.2. La cuenta de resultados 12.3. Relación entre la cuenta de resultados y el embudo 12.4. Fuentes de financiación		Test tema 12 (0,05 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes		