



RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS POR
ACTIVIDADES UNIVERSITARIAS

- CULTURALES
 DEPORTIVAS
 DE REPRESENTACIÓN ESTUDIANTIL
 SOLIDARIAS Y DE COOPERACION

Renovación

Sí

SUBTIPO

Competencia relacionada con las TIC

CENTRO, SERVICIO U ÓRGANO PROPONENTE

Fundación General Universidad de Granada-Empresa

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD

COMERCIO ELECTRÓNICO, XV EDICIÓN

WEB DE LA ACTIVIDAD (en su caso)

HTTP://CEVUG.UGR.ES/COMERCIO/

ORGANIZA

FUNDACIÓN GENERAL UNIVERSIDAD DE GRANADA - EMPRESA y CENTRO DE ENSEÑANZAS VIRTUALES DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

DIRECTOR/A

(que certificará la asistencia y participación en la actividad)

JUAN JESÚS MARTOS GARCÍA. PROFESOR TITULAR DEL
DPTO. DE DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO DE LA
UNIVERSIDAD DE GRANADA

FECHA DE REALIZACIÓN

del 11-11-2013 al 24-01-2014

Nº DE HORAS

325

CREDITOS SOLICITADOS

6

CREDITOS CONCEDIDOS

6

JUSTIFICACION Y MEMORIA EXPLICATIVA (extensión máxima: 1.500 caracteres sin espacios)

La Sociedad de la Información y las nuevas tecnologías, simbolizadas en Internet, han traído consigo una revolución social y cultural que ha incidido directamente en el ámbito económico y jurídico. La principal consecuencia es el desarrollo del Comercio Electrónico, fenómeno marcado por la internacionalización de las operaciones y la superación de las fronteras físicas debido a la desmaterialización de productos y a la deslocalización de los operadores. La importancia del comercio electrónico en el crecimiento económico mundial es indudable y su peso relativo en el conjunto de los mercados tiende a multiplicarse. Conscientes de su importancia, en este curso se realizará un estudio del comercio electrónico en el que se distinguen tres bloques, el estudio de los principales aspectos del comercio electrónico en sus tres vertientes esenciales: Técnica, económica y jurídica. En el primero nos introducimos en el conocimiento del entorno en el que se desarrollan las operaciones. Se

pretende exponer como funcionan las redes telemáticas, y en especial Internet –seguridad, medios de pago, creación de una web, posicionamiento en buscadores; En el segundo se aborda el estudio económico de una empresa de comercio electrónico –publicidad, promoción, gestión y captación del cliente, logística, financiación, viabilidad-. Por último, el tercer bloque realiza el estudio jurídico –tributación, derechos de autor régimen jurídico de la firma y de los certificados electrónicos.

Por todo ello resulta idóneo para licenciados, directivos, profesionales y emprendedores que se encuentren interesados en perfeccionar su formación en un sector de indudable proyección futura.

VIAVILIDAD COMERCIAL:

El mejor aval de su viabilidad comercial es que se ha celebrado 14 ediciones (2 por curso académico en los últimos años), todas ellas con beneficios, no habiendo suspendida nunca ninguna por falta de alumnos.

PLAN DE LA ACTIVIDAD, PROGRAMA, CONTROL DE ASISTENCIA, MÉTODO DE EVALUACIÓN, EN SU CASO (extensión máxima: 3.500 caracteres sin espacios)

OBJETIVOS EDUCATIVOS, PROFESIONALES Y COMPETENCIAS GENERALES ADQUIRIDAS:

- Como funcionan las redes telemáticas, y en especial Internet
- Que instrumentos de seguridad pueden utilizarse para garantizar las transacciones y evitar ataques que pongan en riesgo el sistema
- Que medios de pago son los más apropiados
- Pasos a seguir para que una web comercial o informativa tenga una buena posición en los principales buscadores que operan en la red.
- Los instrumentos de publicidad característicos de Internet
- Técnicas de promoción y de relación con el cliente
- Sistemas logísticos
- Vías de financiación
- Alianzas estratégicas y del estudio de la viabilidad económica de un proyecto.
- Problemas y régimen tributario (beneficio empresarial e imposición indirecta –IVA, derechos arancelarios-)
- Derechos de autor
- Régimen jurídico de la firma y de los certificados electrónicos
- Poner en marcha una empresa de comercio electrónico
- Crear una web comercial
- Posicionar una web en los buscadores mas populares
- Analizar qué instrumentos de publicidad son los más idóneos para su empresa
- Analizar técnicas de captación y seguimiento del cliente en Internet
- Analizar la estrategia logísticas mas adecuadas´
- Analizar la viabilidad económica de un proyecto
- Analizar el factor fiscal en sus operaciones comerciales

PROGRAMA (325 HORAS, 13 CRÉDITOS ECTS):

Bloque I. Conceptos Generales

1. INTRODUCCIÓN A INTERNET
2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO: TECNOLOGÍAS DE DISEÑO WEB Y MEDIOS DE PAGO
3. CREACIÓN DE UN COMERCIO VIRTUAL

Bloque II. Aspectos Económicos del Comercio Electrónico

4. LA PUBLICIDAD EN INTERNET.
5. TÉCNICAS DE PROMOCIÓN EN INTERNET
6. INTERNET Y LA GESTIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE.

7. LOGÍSTICA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

8. LA FINANCIACION DE PROYECTOS, LAS ALIANZAS ESTRATEGICAS Y MODELO DE PLAN DE NEGOCIO EN INTERNET

Bloque III. Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico

9. TRIBUTACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. IMPOSICIÓN DIRECTA

10. TRIBUTACIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. IMPOSICIÓN INDIRECTA

11. DERECHOS DE AUTOR EN INTERNET

12. FIRMA Y CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS. ELEMENTOS OBJETIVOS

13. FIRMA Y CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS. ELEMENTOS SUBJETIVOS Y TEMPORALES

CARGA DE TRABAJO DEL ALUMNO:

- El alumno deberá leer la “Guía de Estudio” del curso y tomar conciencia de su papel activo dentro del proceso de aprendizaje.
- El alumno deberá fijar un calendario de trabajo personal, que esté en consonancia con la temporización propuesta en la “Guía de Estudio” del curso.
- El alumno deberá leer, reflexionar y asimilar la información e ideas proporcionadas por los materiales didácticos del curso.
- El alumno utilizará las herramientas de comunicación síncronas y asíncronas del curso para interactuar con el tutor, para asimilar la información e ideas presentadas.
- El alumno utilizará las herramientas de comunicación síncronas y asíncronas del curso para interactuar con el resto de alumnos del curso, para asimilar la información e ideas presentadas, en un entorno de trabajo colaborativo.
- Lecturas especializadas.
- Estudio de los temas teóricos
- Visita de webs recomendadas
- Participación en debates
- Realización de supuestos prácticos
- Realización tipo test

EVALUACIÓN DEL ALUMNO:

- Realización de supuestos prácticos. Se deben realizar y superar los 17 supuestos prácticos propuestos. Para superar cada uno la calificación obtenida debe ser superior al 5. En caso de que el alumno no supere alguno de los supuestos en el plazo ordinario dado para su presentación, deberá volver a hacerlos y enviarlos de nuevo durante el periodo de recuperación que se abrirá a la finalización del curso Suponen el 70% de la calificación del curso.
- Realización de 16 test de 20 preguntas cada uno (uno test por tema).Cada alumno puede rellenar hasta 3 veces el tipo test, con el objetivo de obtener un calificación superior al 5. Suponen el 20% de la calificación del curso.
- Participación activa en el curso (proponiendo y contribuyendo con ideas en debates, planteando problemas y ofreciendo soluciones). Supone el 10% de la calificación final del alumno.

OBSERVACIONES

Reconocidos 6 créditos ECTS para todos los Grados ofertados por la Universidad de Granada en la XIV edición de este curso. El reconocimiento se deriva de resolución del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada de fecha 4 de marzo de 2013 a partir de informe de Comisión de Títulos de Grado. El Convenio de Colaboración entre la Universidad de Granada y la Fundación General Universidad de Granada - Empresa para el desarrollo de la Formación Virtual, firmado el 2 de marzo de 2010 recoge, entre otros ámbitos de actuación, el diseño, programación, gestión, organización, impartición y evaluación de enseñanzas no conducentes a la obtención de Títulos Oficiales. En dicho Convenio, el Centro de Enseñanzas Virtuales de la

Universidad de Granada ejercerá la coordinación, supervisión y control de calidad de las actividades planificadas.