



VILLANUEVA
CENTRO UNIVERSITARIO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

SOCIAL AND POLITICAL MARKETING

Students from different countries in their international semester

6 ECTS credits

65 teaching hours/ 5 contact hours per week

PARTE PRESENCIAL & CASO PRÁCTICO EN EQUIPO

Prof. Alfredo Rodríguez Fuertes

Alfredorf100@hotmail.com

OBJETIVOS GENERALES	<ul style="list-style-type: none">- Conocer la potencialidad del canal del e-commerce como canal de venta en cualquier negocio.- Entender la mecánica de la compra y venta de productos en internet.- Diseñar una estrategia comercial para un negocio (nuevo o existente) en internet.- Aplicar la estrategia y analizar los resultados obtenidos.
COMPETENCIAS A DESARROLLAR	<ul style="list-style-type: none">- Aplicar los conocimientos (marketing, finanzas, economía digital...) a la práctica- Habilidades en las relaciones interpersonales (orientación al cliente)- Toma de decisiones- Trabajo en equipo
CONTENIDOS	<ol style="list-style-type: none">1. e-commerce: evolución, tipologías, tipos de clientes, oferta de productos, sites...2. Cómo se vende en internet: revisión de las principales plataformas y del tipo de servicios que ofrecen, y el coste de su utilización.3. Análisis de la oferta de productos. Elección de un producto4. Operativa:<ul style="list-style-type: none">o Selección y compra del producto,o Definición de los objetivos de venta, elección de la USP, servicios complementarios.o Puesta a la ventao Cierre de la operación, análisis de los resultados y conclusiones

<p>METODOLOGÍA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes, organizados en grupos, se situarán en el momento de iniciar una operación de venta en internet, para lo que deberán conocer cómo actúan tanto compradores, como vendedores. • Cada grupo deberá realizar la compra de un producto (o lote de productos) a través de internet y posteriormente lo pondrá de nuevo a la venta con el fin de obtener un margen comercial positivo. Para ello utilizará cualquiera de las plataformas de venta o subasta ya establecidas en internet. • Podrán elegir el producto que crea conveniente, siempre teniendo en cuenta que el producto que compre será revendido posteriormente. Se aconseja que se trate de un producto de un bajo coste unitario (entre 5 y 20 euros). • En todo momento deberán respetar las condiciones establecidas y actuarán como un buen vendedor. • No podrán complementar el producto a la venta con otros productos no adquiridos en internet, pero en el caso de un lote, si será posible fraccionarlo. • Como en la vida real, puede observar la escasa diferenciación del producto que usted vende frente a otros, por lo que será necesario abordar este ejercicio con creatividad. • El objetivo de la operación es comprar bien y conseguir la venta del producto para obtener el mayor margen neto positivo en la operación. • Se adjunta calendario en Anexo.
<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p>	<p>Los alumnos elaborarán de forma sucesiva Entregables que evaluarás, por ejemplo: documento escrito, presentación oral, prueba de conocimientos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entregable 1. Documento escrito con la descripción del producto escogido y objetivos. - Entregable 2. Documento escrito con la estrategia de venta. - Entregable 3. Informe final del proyecto con el análisis económico y aprendizaje del caso <p>Se adjunta la rúbrica de evaluación en el anexo 2.</p>
<p>MATERIAL/RECURSOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los participantes deberán tener acceso a internet. - Es preciso tener capacidad legal para comprar y vender e internet (disponer de cuentas, tarjeta de crédito...).