

**Distribución Omnicanal y e-Commerce / Omnichannel Distribution and e-commerce
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 1; Semestre 2
Modalidad		Presencial
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	• Trade Marketing. • Integración de canales de distribución en contextos nacionales e internacionales. • Tecnologías y plataformas de distribución. • Logística y gestión de la cadena de suministro. • Modelos de negocio y plataformas de eCommerce. • Acciones de marketing digital para eCommerce. • Medición y análisis de datos en eCommerce. • Trade Marketing. • Integration of distribution channels in national and international contexts. • Distribution technologies and platforms. • Logistics and supply chain management. • Business models and eCommerce platforms. • Digital marketing actions for eCommerce. • Measurement and data analysis in eCommerce.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC07 Examinar estrategias de distribución omnicanal que integren eficientemente múltiples canales de venta, así como la mejora de la experiencia del cliente y la logística/ Examine omnichannel distribution strategies that efficiently integrate multiple sales channels, as well as improve customer experience and logistics.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP04 Administrar plataformas de comercio electrónico, utilizando herramientas y tecnologías digitales para crear tiendas en línea atractivas y funcionales que maximicen las ventas/ Manage e-commerce platforms, using digital tools and technologies to create attractive and functional online stores that maximize sales. CP05 Diseñar estrategias de marketing integradas que combinen múltiples canales y tácticas comerciales/ Design integrated marketing strategies that combine multiple channels and commercial tactics.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos / Proyectos / Case studies / projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

Distribución Omnicanal y e-Commerce
(Modalidad virtual)

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 2	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	• Trade Marketing. • Integración de canales de distribución en contextos nacionales e internacionales. • Tecnologías y plataformas de distribución. • Logística y gestión de la cadena de suministro. • Modelos de negocio y plataformas de eCommerce. • Acciones de marketing digital para eCommerce. • Medición y análisis de datos en eCommerce.	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC07 Examinar estrategias de distribución omnicanal que integren eficientemente múltiples canales de venta, así como la mejora de la experiencia del cliente y la logística.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad. CP04 Administrar plataformas de comercio electrónico, utilizando herramientas y tecnologías digitales para crear tiendas en línea atractivas y funcionales que maximicen las ventas. CP05 HD02 Diseñar estrategias de marketing integradas que combinen múltiples canales y tácticas comerciales.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120