

## PROGRAMA DE CURSO

<b>Nombre de la asignatura:</b> Negocios Electrónicos	<b>Ciclo:</b> Primavera 2019
<b>Profesor(a):</b> Juan Claudio Poot Meras (juan.poot@uimqroo.edu.mx)	<b>Clave:</b> OPTI-221
<p><b>Objetivo general:</b> Analizar los conceptos y los beneficios de las tecnologías de la información y la comunicación en los negocios, enfatizando en el análisis de tecnologías que ayudan a incrementar la productividad y rentabilidad de los negocios mediante la venta de productos y servicios a través de sistemas electrónicos.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los fundamentos teóricos y prácticos necesarios para el análisis, diseño e implementación de un sitio de comercio electrónico.</li> <li>• Conocer las nuevas formas de hacer negocios a través de Internet.</li> <li>• Proporcionar a los alumnos habilidades y conocimientos para en la implementación de sistemas de información adaptados al comercio electrónico.</li> <li>• Entender los principales mecanismos de pago de comercio electrónico y establecer canales de comunicaciones seguras en internet para la protección de datos</li> </ul>	<p><b>Horas:</b> 48</p> <p><b>Créditos:</b> 5</p>
<b>Antecedentes académicos:</b> Ninguno	
<b>Articulación con otras experiencias formativas del mapa curricular</b> (relación vertical y horizontal con otras asignaturas): Esta asignatura tiene relación directa con todas las asignaturas del eje disciplinar del programa educativo.	
<b>Competencias generales y específicas a desarrollar:</b> Conocer los fundamentos de negocios electrónicos y los distintos elementos que componen la arquitectura tecnológica de un negocio electrónico	
<b>Contribución al perfil de egreso:</b> Al finalizar el egresado será capaz de promover, ejecutar, administrar e integrar diversas tecnologías para los negocios electrónicos, a través de proyectos, servicios o soluciones, dentro de un contexto social u organizativo.	

## Temario

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
<p><b>Tema 1: Presentación de la materia y su relación con la carrera.</b>  <b>Objetivo:</b> Dar a conocer el programa del curso y los elementos con la relación con la carrera, la misión y la visión institucional.</p>			
I	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación de la misión y visión institucional y su relación con la materia y la carrera.</li> <li>Presentación del programa del curso.</li> <li>Evaluación diagnóstica de conocimientos.</li> <li>Presentación de resultados de la evaluación diagnóstica y comentarios.</li> </ul>	Evaluación diagnóstica.	
Ceremonia intercultural de apertura del Ciclo.			
<p><b>Tema 2: Introducción a los negocios electrónicos</b>  <b>Objetivo:</b> Conocer el proceso evolutivo que ha influido en el desarrollo tecnológico de los negocios electrónicos.</p>			
II	2.1.- Introducción del comercio electrónico. 2.2.- Orígenes y crecimiento del comercio electrónico. 2.3- Diferencia entre comercio electrónico y los negocios en línea. 2.4.- Estadísticas relevantes del uso del internet, el comercio electrónico y el comercio móvil.	Investigación del tema, cuestionarios. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. (2009). pp.10-17.
<p><b>Tema 3: Modelos de negocios del comercio electrónico</b>  <b>Objetivo:</b> Conocer los diferentes modelos de negocio utilizados en el comercio electrónico y la influencia de la cadena de suministro.</p>			
III	3.1.- ¿Qué es un modelo de negocio? 3.2.- Principales modelos de negocios 3.3.- Modelos de ingresos 3.4.- Conceptos de cadena de suministros	Análisis de caso de estudio de los modelos de negocios. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. (2009). pp.66-95.
<p><b>Tema 4: Conceptos de marketing del comercio electrónico</b>  <b>Objetivo:</b> Identificar las principales formas de comunicaciones de marketing en línea.</p>			
IV	4.1.-Conceptos básicos de marketing 4.1.-Análisis de plan de marketing en línea 4.2.- Promoción de productos y servicios 4.3.- Seguimientos de clientes 4.4.- Métricas en línea	Revisión de los medios sociales. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. (2009). pp.355-379.

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
V	4.5 Estrategias de Producto en el Comercio electrónico 4.6.- Catálogos 4.7.- Contenidos 4.8.- Estrategias más relevantes de producto en Comercio Electrónico 4.3. Estrategias de precio en Comercio electrónico. 4.4. Distribución y Logística en el Comercio electrónico.	Comparación de diferentes catálogos y productos en línea. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. pp.381-402.
VI	1ª. Observación de clase.		
<b>Tema 5: Arquitectura tecnológica de un negocio electrónico</b>			
<b>Objetivo:</b> Conocer la arquitectura tecnológica y el proceso de desarrollo de aplicaciones de Comercio electrónico			
VII	5.1.- Servidores de comercio electrónico 5.2.- Implementación de tiendas (Dominio e idiomas)	Identificar el proceso de desarrollo de aplicaciones de Comercio electrónico. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. pp.122-174.
VIII	5.3.-Herramientas de servidor para comercio electrónico. 5.4.-Integración y creación de la tienda en línea. 5.6.-Personalización de tiendas.	Identificar soluciones para creación de tienda en línea. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. pp.129-237.
<b>Tema 6: Seguridad en línea y sistemas de pago</b>			
<b>Objetivo:</b> Conocer cómo funcionan los diferentes sistemas de pago electrónico, a demás, conocer los riesgos e implicaciones, y los mecanismos de seguridad y confianza principales.			
IX	6.1.- Sistemas de Pago tradicionales 6.2.- Sistema de pago del comercio electrónico.	Investigación sobre los sistemas de pagos tradicionales y en línea	Laudon, K & Guercio, C. (2009) pp.302-313.
	Evaluación del primer parcial. Retroalimentación de la evaluación parcial.		
	Actividades a realizar por los estudiantes en el marco de la Feria Expo-Mor.		
X XI	6.2.- Riesgos e implicaciones de seguridad del comercio electrónico 6.3 Mecanismos de confianza y soluciones tecnológicas.	Investigación sobre los riesgos y soluciones para garantizar las compras en línea. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K & Guercio, C. (2009) pp. 257-285.

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
<b>Tema 7: Diseño e implementación de la solución</b>			
<b>Objetivo:</b> Conocer los elementos clave a considerar para implementar una solución de comercio electrónico			
<b>XII</b>	7.1.- Diseño del sitio 7.1.1.- Definición del negocio (Misión, Visión, Filosofía) 7.1.2 Revisión de la arquitectura de 3 capas de CE.	Generación de la definición de negocio de comercio electrónico. Participación en foro virtual de discusión.	Fred R. (2013).
	2ª. Observación de clase.		
<b>XIII</b>	7.2.- Implementación de la solución 7.2.1.- Selección del dominio y hospedaje 7.2.2.-Mecanismos de seguridad en el servidor 7.2.3.- Certificado digital 7.2.3.- Carrito de compras 7.2.3.- Selección de la(s) forma(s) de pago en línea	Implementación de proyecto de comercio electrónico. Participación en foro virtual de discusión.	Laudon, K (2009) pp.196-240
<b>XIV</b>	<b>Segunda evaluación parcial</b> Resultados y retroalimentación		
<b>XV</b>	Presentación de proyectos finales del grupo	Presentación de proyecto de Comercio electrónico	
	Ceremonia de petición de lluvia Ch'á ch'áak.		
<b>XVI</b>	Presentación de proyectos finales del grupo	Presentación de proyecto de Comercio electrónico	
	Ceremonia de Cierre de Ciclo.		
<b>XVII</b>	<b>-Evaluación comprehensiva</b> -Retroalimentación de la evaluación		

## Evaluación

A. Criterios y procedimientos de evaluación y acreditación del estudiante	Porcentaje
1. Evaluaciones parciales. Primera evaluación parcial (Tema 1-6, 50%, Semana IX) Segunda evaluación parcial (Tema 5-7, 50%, Semana XIV)	35%
2. Una evaluación comprehensiva (Semana XVII)	35%
3. Valores: puntualidad, honestidad, responsabilidad, confiabilidad, justicia, comunicación, liderazgo, superación, solidaridad, cordialidad e integridad	5%
4. Interculturalidad: *Tareas, exposiciones de subtemas y participaciones en clase (15%) * Proyecto final (prototipo del sitio de comercio electrónico) (20%) *Lecturas y estudios de casos (15%) * Asistencia: al menos el 80% de las sesiones del semestre (50%)	25%
Total	100 %

## Evaluación del Profesor(a) en Aula por parte del coordinador(a) o profesor(a) designado(a)

### Criterios.

1. Puntualidad en el inicio y la conclusión de la clase.
2. Comunicación de los objetivos de la clase comunicados con claridad.
3. Desarrollo del tema de la clase.
4. Participación de la mayoría de los estudiantes de la clase
5. Estrategia(s) pedagógica congruente con los objetivos de la clase.
6. Uso de apoyo(s) didáctico(s).
7. Atención a las dudas u observaciones de los estudiantes.
8. Interés por parte de los estudiantes en el tema de la clase.
9. Respeto mutuo entre profesor y estudiantes.
10. Evaluación del aprendizaje del tema integrada al desarrollo de la clase.

**Perfil del docente:** Con formación en el área de tecnologías de la información y conocimientos en comercio electrónico.

## Bibliografía

### Principal

- Laudon, K & Guercio, C. (2009). E-commerce: Negocios, tecnología, sociedad. Cuarta edición. México. Pearson educación.

### Complementaria

- Cavazos, J. y Reyes, S. (2006). Comercio electrónico: Un enfoque de modelos de Negocio. México: Editorial CECSA.
- Fernández, E. (2002). Comercio Electrónico. España, Madrid: Mc Graw Hill/Interamericana de España S.A. de C.V.
- Fred, R. (2013). Conceptos de administración estratégica. Mexico. Pearson education.
- Turban, E.; King, D.; and Lang, J. (2009). Introduction to Electronic Commerce, 2E". EUA: Prentice Hall Publishers.