



Universidad Guadalajara

Centro Universitario del Sur

### Programa de Estudio

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

División

División de Ciencias Exactas, Naturales y Tecnológicas

Departamento

Departamento de Ciencias Computacionales e Innovación Tecnológica

Academia

Informática Básica y Aplicada

Programa(s) educativo(s)

Licenciatura en Negocios Internacionales y Licenciatura en Agronegocios

Denominación de la unidad de aprendizaje:

Negocios Electrónicos

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Carga horaria global:	Valor en créditos:
I5431	40	40	80	8

Tipo de curso:		Nivel en que se ubica:	Prerrequisitos:
C = curso		Técnico Medio	NO APLICA EN DICTAMEN
CL = curso laboratorio		Técnico Superior	
L = laboratorio		Universitario	
P = práctica		<b>Licenciatura</b>	
T = taller		Especialidad	
<b>CT = curso - taller</b>	<b>X</b>	Maestría	
N = clínica		Doctorado	
M = módulo			
S = seminario			

Área de formación:

Formación especializante obligatoria.

Perfil docente:

Docente con grado mínimo de Maestría en Mercadotecnia, Negocios Internacionales o Administración, que tenga entre sus antecedentes haber laborado en el ambiente correspondiente y con habilidades pedagógicas, que contribuyan a la adquisición de conocimientos en el alumno y descubran en él sus capacidades y habilidades en torno al ámbito de los Negocios Electrónicos.

--

Elaborado por:

Actualizado por:

Mtra. Quetzalli Noemi Cárdenas Hurtado. Código: 2118122	Mtra. Quetzalli Noemi Cárdenas Hurtado. Código: 2118122
Mtra. Erika Yaneth Camacho Murillo. Código: 2538431	Mtra. Erika Yaneth Camacho Murillo. Código: 2538431
Mtro. Napoleón Medrano Andrade Código:2944834	Mtro. Napoleón Medrano Andrade Código:2944834

Fecha de elaboración:

Fecha de última  
actualización:

Fecha de última  
evaluación:

Fecha de aprobación por  
Colegio Departamental:

ENERO DE 2023	JUNIO DE 2023		
---------------	---------------	--	--

## 1. PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Los Negocios Electrónicos han ido creciendo exponencialmente, generando miles de nuevos empleos para jóvenes profesionistas en todos los ámbitos, desde la mercadotecnia hasta la administración.

El estudiante deberá tener una formación integral, la cuál va desde la historia del internet hasta las innovaciones tecnológicas hoy en día, sin perder de vista la implementación de planes de negocio, así como, la identificación de oportunidades de mercado y las necesidades de las cadenas de suministro. Lo cual obliga al alumno a comprometerse a investigar de forma proactiva, las aplicaciones y sistemas, para lograr la máxima eficiencia en la organización

## 2. OBJETIVO GENERAL/COMPETENCIA

Construir la competencia y habilidad para conocer y poner en práctica el comercio electrónico también conocido como e-commerce, que permita la compra y venta de productos y servicios a partir de medios digitales.

La y el alumno generará relaciones comerciales online

- Venta a cliente final también conocida como B2C.
- Venta entre empresas, también llamada B2B.
- Venta mixta, a cliente final y a empresas.

## 3. CAMPO DE APLICACIÓN PROFESIONAL DE LOS CONOCIMIENTOS

La y el estudiante de Negocios Internacionales desarrolla, implementa y gestiona proyectos de logística internacional

- Mediante el conocimiento de marcos normativos y sus procesos, gestión aduanera, métodos cuantitativos y otros elementos de toma de decisiones;
- A partir del uso de las TIC's y software especializado y;
- Mediante el conocimiento de geografía de transportes y la estructura económica internacional. Identifica, diseña, desarrolla y da seguimiento a los modelos de internacionalización de empresas.

A partir de identificar áreas de oportunidad, generando planes y proyectos de Negocios Internacionales.

## 4. SABERES:

<b>Prácticos</b>	Organizar, generar y posicionar un negocio electrónico.
------------------	---

<b>Teóricos</b>	Analizar y reflexionar sobre diversas perspectivas conceptuales, de un negocio electrónico, identificando la plataforma de venta.
<b>Formativos</b>	Comprensión de los principales componentes para lograr generar y administrar un negocio electrónico

## 5. CONTENIDO TEMÁTICO (TEÓRICO-PRÁCTICO)

### Unidad 1. Introducción, desarrollo, tendencias y retos de los Negocios Electrónicos.

Teoría 4 horas / Práctica 4 horas

**Objetivo Particular:** Analizar la importancia, orígenes, evolución y crecimiento del comercio electrónico, describir las características únicas de la tecnología del comercio electrónico, identificar los factores que definirán el futuro del comercio electrónico.

**Descripción:** Se ubicará al alumno en el contexto actual para determinar sus potencialidades futuras.

### Unidad 2: Modelos, conceptos y estrategias de Negocios Electrónicos.

Teoría 4 horas / Práctica 4 horas

**Objetivo Particular:** Identificar los componentes de los modelos de negocios electrónicos, así como las estrategias. Describir los principales modelos de negocio.

**Descripción:** A través de conocer cuáles son los modelos de negocios electrónicos del momento, así como las estrategias de su implementación, el alumno será capaz de determinar las mejores estrategias que permitan posicionar competitivamente un negocio.

### Unidad 3: Principales Estrategias de Mercadotecnia Digital.

Teoría 4 horas / Práctica 4 horas

**Objetivo Particular:** Identificar las herramientas de pago (SEM) y orgánicas (SEO) de la publicidad digital, entender los conceptos de la configuración de la publicidad y sus principales métricos e indicadores de desempeño y eficiencia.

**Descripción:**

El alumno aplicará sus conocimientos para implementar un plan de publicidad en línea, logrando la optimización de los recursos, posicionamiento del producto en línea y concluir la venta. El alumno será capaz de determinar las mejores estrategias que permitan posicionar competitivamente un negocio.

### Unidad 4: Creación de una presencia en los Negocios electrónicos: sitios web, sitios móviles.

Teoría 8 horas / Práctica 8 horas

**Objetivo Particular:** Explicar el proceso que se debe seguir en la construcción de un sitio web de comercio Electrónico. Entender las principales consideraciones involucradas en la elección de un servidor web, hospedaje, dominios, extensiones y de software más apropiado para el desarrollo de un sitio de comercio electrónico.

**Descripción:** El alumno aplicará sus conocimientos para lograr la óptima implementación de un Negocio Electrónico y delimitar por medio de indicadores, la eficiencia del mismo.

### Unidad 5: Sistemas de seguridad en los Negocios Electrónicos.

Teoría 8 horas / Práctica 8 horas

**Objetivo Particular:** Entender el alcance de los problemas de la delincuencia y seguridad en el comercio Electrónico. Identificar los principales riesgos, fraudes y amenazas cibernéticas y determinar acciones contra los mismos. Investigar las leyes de protección y hacer propuesta de cómo proteger la información de la empresa y de los clientes.

**Descripción:** Las operaciones comerciales del mundo actual, se encuentran en constante peligro por parte de diferentes actores que van desde los piratas informáticos hasta el espionaje industrial. El alumno aplicará sus conocimientos para implementar un plan de seguridad en el comercio electrónico, logrando la protección de los plataformas e información. El alumno será capaz de diseñar estrategias para la protección de la tienda en línea.

#### **Unidad 6: Sistemas de pagos en los Negocios Electrónicos.**

Teoría 8 horas / Práctica 8 horas

**Objetivo Particular:** Analizar los diferentes métodos de pago y plataformas de procesamiento de pago en línea y fuera de línea usados en el comercio electrónico.

**Descripción:**

Debido al gran uso y aceptación del internauta mexicano para realizar compras en internet y a la sencilla integración de las plataformas de pago, el alumno podrá instalar en su tienda en línea los sistemas de pago.

Identificará el proceso de validación del pago e información, penalidades, contracargos y comisiones de cada sistema de pago.

### **6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

- Exposición docente a partir de conocimientos teóricos y casos de estudio que permitan el debate y reflexión académica de los estudiantes.
- Realización de actividades para el desarrollo del pensamiento crítico y analítico.
- Implementación de actividades de clase (trabajo en equipo, actividades colaborativas, debates, dinámicas).
- Desarrollo de competencias transversales como la disciplina, el respeto, la tolerancia, la responsabilidad, el trabajo en equipo y multidisciplinario, la colaboración, la creatividad, la investigación, la ética profesional, el pensamiento crítico y analítico, la comunicación oral y escrita, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Realización de actividades prácticas para la evaluación de los aprendizajes a partir de la experiencia en la implementación del conocimiento.
- Implementación de rúbricas aprobadas (anexas) para la evaluación

### **7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE**

8.1. Evidencias de aprendizaje	8.2. Criterios de desempeño
Actividades preliminares, foros de discusión al inicio de cada elemento de competencia.	Aplica los conocimientos generales, previos a los adquiridos en esta unidad de aprendizaje.
Actividades integradoras en cada elemento de competencia; se generan diversos productos de acuerdo con lo solicitado en cada una –cuadro sinóptico, mapa conceptual, mapa cognitivo de cajas.	Aplica la investigación documental de acuerdo al temario de la UA.
Actividades integradoras en cada elemento de competencia; se generan diversos productos de acuerdo con lo solicitado en cada una –cuadro sinóptico, mapa conceptual, mapa cognitivo de cajas-, lo cual se basa en que se aplique la teoría aprendida en el elemento de competencia aplicada directamente al proyecto semestral de cada equipo.	Aplica la teoría obtenida en cada actividad de aprendizaje, al proyecto semestral elegido al inicio del curso, por cada equipo de alumnos.
Caso integrador final; anteproyecto de un informe de investigación final.	Los saberes teóricos y prácticos adquiridos a lo largo de todos los elementos de competencia que comprenden la unidad de aprendizaje se aplican.
Actividades preliminares -foros de discusión- al inicio de cada elemento de competencia.	Aplica los conocimientos generales, previos a los adquiridos en esta unidad de aprendizaje.

## 8. CALIFICACIÓN

• Actividades Preliminares	<b>10%</b>
• Actividades de aprendizaje	<b>20%</b>
• Actividades Integradoras	<b>25%</b>
• Caso Integrador	<b>40%</b>
• Actividades extracurriculares	<b>5%</b>
<b>Total, del curso</b>	<b>100%</b>

## 9. ACREDITACIÓN

<p><b>Periodo ordinario.</b> De conformidad con el artículo 20 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro del resultado final de la evaluación en el periodo ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el Consejo General Universitario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y</li> <li>II. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.</li> </ol>	<p><b>Periodo extraordinario.</b> De conformidad con el artículo 27 del Reglamento General de Evaluación y Promoción de Alumnos de la Universidad de Guadalajara, para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.</li> <li>II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.</li> <li>III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso.</li> </ol> <p>Se exceptúan de este caso las materias de orden práctico que requerirán la repetición del curso (Art. 23 RGEYPA).</p>
--	---

## 10. BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Comercio Electrónico, Guía para el Mercado Nacional y Exportación, Montañó Sánchez, Francisco Arturo. México ISEF 2007. 180 p. 21 cms. No. De clasificación 658.8402 MON
- Comercio Electrónico, Conceptos, Recursos y Estrategias. Ana Villar Varela. Vigo, España. Ideas Propias c2004. 158 p. il. 24 cm. No. De clasificación 382.10285 VIL.
- Comercio Electrónico, Tácticas probadas para hacer negocios en Internet. Larry Chase, Nancy C. Hanger; tr Rodolfo Piña García. México Limusa c2000. xx, 310 p. 23 cm. No. De Clasificación 658.80028 CHA.
- Comercio Electrónico. Un mercado en expansión. María Luisa Sole Moro. Madrid ESIC 2000 302 p. 24 m No. De Clasificación: 658.84 SOL.
- E-Commerce 2020–2021: Negocios, Tecnología y Sociedad, Edición Global, Laudon, Kenneth C. y Traver, Carol Guercio. Pearson Educación, Editorial Pearson, Edición 17 (13 julio 2021) Idioma: inglés ISBN-10: 1292409312
- Marketing Digital, Crespo, Agustín, Alfaomega, Marcombo. ISBN: 978-607-622-675-9
- Secretos del Comercio Electrónico. Guía para pequeños y medianos exportadores. Gienbra Bancomext 2001. 333 p. 29 cm. No. De Clasificación: 382.6
- Strategies for e-business. Creating value through electronic and mobile commerce. Concept and cases. Tawfik Jelassi, Albrech Enders, Francisco J.Martinez-Lopez.
- Editorial Pearson.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Comercio electrónico y nivel de ventas en las MiPyMEs del sector comercio, industria y servicios de Ibagué  
Vivian Lorena Sanabria Díaz\*  
Luisa Alexandra Torres Ramírez\*\*  
Laura Marcela López Posada\*\*  
On-line versión ISSN 0120-8160 [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=s0120-81602016000100010](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s0120-81602016000100010)
  - Libro blanco del comercio electrónico  
Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM)  
Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional (AECEM)  
Licencia Creative Commons  
Reconocimiento - Sin obras derivadas 3.0 España  
<http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/2164>
- Páginas de asociaciones con estudios estadísticos y publicaciones continuas:  
[www.asociaciondeinternet.mx](http://www.asociaciondeinternet.mx)  
[www.amvo.org.mx](http://www.amvo.org.mx)

## 11. RECURSOS COMPLEMENTARIOS (páginas web, mooc's, plataformas, objetos de aprendizaje)

## Revista Digital

- Byte  
<https://revistabyte.es/actualidad-it/comercio-electronico/>
- Podcast: Somos Merchants  
<https://open.spotify.com/show/0ujjNptPM9dAKSJfqp0luG?si=t3s2l16dR6iUCsIFQXFZQA>
- Podcast: La Biblia del Comercio Electrónico  
[https://open.spotify.com/show/0EUKfCQ5NsbI5hfFMlJD14?si=wdv\\_THxqS1e3EVhBB2MfJQ](https://open.spotify.com/show/0EUKfCQ5NsbI5hfFMlJD14?si=wdv_THxqS1e3EVhBB2MfJQ)
- Revistas y Blogs:  
<https://www.harvard-deusto.com/la-cadena-de-valor-del-comercio-electronico>  
<http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges29.pdf>  
<https://www.open-ideas.es/principales-modelos-de-negocio-en-comercio-electronico/>  
<https://www.ceupe.com/blog/planificacion-estrategica-de-un-comercio-electronico.html>  
  
<https://www.forbes.com.mx/marketing-digital-por-que-es-necesario-para-tu-empresa-ii/>  
<https://www.forbes.com.mx/mercadotecnia-full-digital-marketing-maturity/>  
<https://www.puromarketing.com/30/32305/marketing-digital-estrategias-clave-siempre-funcionan.html>  
  
<https://www.brainsins.com/es/blog/contenidos-usuarios-ecommerce/3750>  
<https://blog.saleslayer.com/es/10-herramientas-de-ecommerce-imprescindibles-para-aumentar-ventas>

**Firma:**

**Presidente de Academia**

**Vo.Bo.**

**Jefe de Departamento**