

[Regresar...](#)

Negocios Electronicos

Datos Generales

1. Nombre de la Asignatura		2. Nivel de formación	3. Clave de la Asignatura	
Negocios Electronicos		Licenciatura	I5431	
4. Prerrequisitos		5. Area de Formación	6. Departamento	
Estudios de Mercado en Línea NingunoMercadotecnia Internacional Mercadotecnia Digital Política Comercial Internacional		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales	
7. Academia				
Negocios Electrónicos		8. Modalidad	9. Tipo de Asignatura	
		Presencial	Curso-Taller	
10. Carga Horaria				
Teoría		Práctica	Total	Créditos
40		40	80	8
12. Trayectoria de la asignatura				
Relacionado fuertemente con las asignaturas previas: Mercadotecnia; Mercadotecnia Internacional; Investigación de Mercado; Inteligencia Comercial; Introducción a los Negocios Internacionales; Política Comercial Internacional; Comunicación Intercultural de los Negocios; Negociación Internacional; Logística Internacional; Gestión de la Operación Aduanera; Software para la Operación de los Negocios Internacionales; Competitividad Internacional; Prácticas Profesionales.				

Contenido del Programa

13. Presentación
<p>Internet en la actualidad, representa una fuente inagotable de oportunidades por su principal característica, basada en las Tecnologías de Información y Comunicaciones: la ubicuidad. Negocios Electrónicos, es una de tales oportunidades donde la formación del estudiante se complementa con el conocimiento de la historia de internet y su impacto futuro en los negocios, los nuevos modelos de negocio y sus alcances, la planeación de su implementación basado en la identificación de las necesidades de mercado, el valor agregado, la seguridad que debe brindarse en la operación de los negocios electrónicos tanto para la empresa como para el cliente y los alcances de la ética en torno a la información circundante tanto del cliente como del proveedor de servicios. Negocios Electrónicos exige al estudiante, el compromiso de</p>

investigar en forma proactiva, las más recientes aplicaciones software de licencia y libre, para hacer el enlace adecuado con las técnicas más novedosas de identificación de necesidades del cliente a fin de superar las expectativas de éste.

14.- Objetivos del programa

Objetivo General

A través del conocimiento de las aplicaciones de software (de licencia y/o libre) así como de sus habilidades por descubrir necesidades de mercado, sea capaz de diseñar y planear su implementación a través de un modelo de Negocio Electrónico exitoso, considerando sus alcances tanto éticos como de seguridad .

15.-Contenido

Contenido temático

Unidad 1. Fundamentos de los Sistemas de Negocios Electrónicos.

8hrs.teoría/8hrs.práctica.

Objetivo Particular: Obtener los conocimientos históricos y determinar las tendencias de los principales Sistemas de Negocios Electrónicos. Investigar y determinar sus principales características vía Internet.

Descripción: A través de conocer la historia de internet y sus aplicaciones en los negocios, se ubicará al alumno en el contexto actual para determinar sus potencialidades futuras.

Unidad 2: Modelos y Estrategias de Negocios Electrónicos.

8hrs.teoría/8hrs.práctica.

Objetivo Particular: Obtener los conocimientos que caracterizan a cada uno de los modelos de Negocios Electrónicos, así como las estrategias en las que se aplican.

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: La Planeación de un Negocio Electrónico.

8hrs.teoría/8hrs.práctica.

Objetivo Particular: A través de sus conocimientos previos de administración estratégica, realizar propuesta de diseño, planeación e implementación de un Negocio Electrónico.

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

Unidad 4: La Seguridad de los Negocios Electrónicos.

8hrs.teoría/8hrs.práctica.

Objetivo Particular: Obtener el conocimiento de los principales riesgos que existen al implementar un Negocio Electrónico, tanto para la empresa como para el cliente. Investigar los principales riesgos y determinar acciones contra los mismos. Investigar las leyes de protección y hacer propuesta de cómo proteger la información de ambas partes.

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; de ahí la importancia de que el alumno conozca alcances y/o limitaciones de las principales herramientas de software, hardware y políticas de protección empresarial para resguardar en lo posible, su información y la de sus clientes.

Unidad 5: Las Cuestiones Éticas, Políticas y Legales de los Negocios Electrónicos.

8hrs.teoría/8hrs.práctica.

Objetivo Particular: El alumno conocerá las principales leyes, políticas y acciones legales que den protección a su información así como los alcances de privacidad de sus clientes, trabajadores, socios, etc. que como actores, dan sentido a un Negocio Electrónico.

Descripción: El derecho a la privacidad tanto de los clientes como de los empleados, accionistas, etc. así como de la propiedad industrial, es un hecho que puede ser vulnerado por lo que el alumno deberá investigar y normar sus criterios sobre cómo actuar ante tales contingencias.

Contenido desarrollado

Unidad 1. Fundamentos de los Sistemas de Negocios Electrónicos.

1. Internet: la Historia de su Tecnología y los Negocios Electrónicos.
2. El Internet en la actualidad.
3. La infraestructura futura y sus posibilidades en la optimización de negocios.

Unidad 2: Modelos y Estrategias de Negocios Electrónicos.

1. Definición de los Negocios Electrónicos.
2. Características de los Negocios Electrónicos.
3. Modelos de Negocios B2B, B2C, C2C, G2B, G2C.
4. Taxonomías principales de los Modelos de Negocios Electrónicos.
5. ¿Qué es la Estrategia Digital?
 - o El Posicionamiento Estratégico.
 - o Los Niveles de la Estrategia Electrónica.
 - o El proceso de Planeación Estratégica.
 - o La alineación Estratégica de los Negocios Electrónicos.
 - o Los factores de éxito en la implementación de las Estrategias de Negocios Electrónicos.

Unidad 3: La Planeación de un Negocio Electrónico.

1. Desarrollo de la Idea de Negocio.
2. Análisis de la Idea de Negocio.
3. Identificación del Mercado Meta.
4. El Plan de Negocio Electrónico.

Unidad 4: La Seguridad de los Negocios Electrónicos.

1. El entorno de Seguridad de los Negocios Electrónicos.
2. Las amenazas a la Seguridad en el entorno de los Negocios Electrónicos
3. Soluciones Tecnológicas de Seguridad.
4. Los sistemas de pago por Internet: Habilitación de pago con tarjetas de crédito, carteras digitales, efectivo digital, sistemas de pago con valores almacenados en línea, sistemas de pago con cheques digitales, sistemas de pago inalámbricos y con celular.

Unidad 5: Las Cuestiones Éticas, Políticas y Legales de los Negocios Electrónicos.

1. Un marco para entender las cuestiones Éticas, Sociales, Políticas y Legales de los Negocios Electrónicos.
2. Derechos de Privacidad y de Información.
3. Derechos de Propiedad Intelectual: Derechos de Autor, Patentes, Marcas Registradas en la Era Digital.
4. Gobierno Electrónico
5. La legislación Nacional e Internacional del Comercio Electrónico

16. Actividades Prácticas

Unidad 1. Fundamentos de los Sistemas de Negocios Electrónicos. Actividad: Investigación en Internet y elaboración de reporte de la evolución de Internet para la habilitación de Sistemas que apoyen a los Negocios Electrónicos así como la caracterización de los más usados al momento. Objetivo Particular: Obtener los conocimientos históricos y determinar las tendencias de los principales Sistemas de Negocios Electrónicos. Investigar y determinar sus principales características vía Internet. Hacer reporte de hallazgos. 8hrs.teoría/8hrs.práctica. Unidad 2: Modelos y Estrategias de Negocios Electrónicos. Actividad: Investigación en bases de datos reconocidas, donde el estudiante recopilará todos los modelos de negocios electrónicos y sus estrategias conocidos al momento, realizando cuadro comparativo que permita observar las diferencias entre sí. Objetivo Particular: Obtener los conocimientos que caracterizan a cada uno de los modelos de Negocios Electrónicos, así como las estrategias en las que se aplican. Hacer reporte de hallazgos. 8hrs.teoría/8hrs.práctica. Unidad 3: La Planeación de un Negocio Electrónico. Actividad: Analizar los diferentes modelos de Negocios Electrónicos y diseñar diversos escenarios de aplicaciones reales y/o potenciales de la implementación de los mismos. Entrega de reporte de su propia propuesta de Negocio Electrónico. Objetivo Particular: A través de sus conocimientos previos de administración estratégica, realizar propuesta de diseño, planeación e implementación de un Negocio Electrónico. 8hrs.teoría/8hrs.práctica. Unidad 4: La Seguridad de los Negocios Electrónicos. Actividad: Investigar a través de Internet de los principales riesgos por práctica Hacker/Cracker, piratería, espionaje, etc. a los negocios, así como las acciones que los contrarrestan como implementación de antivirus, antispymware, antimalware, políticas de seguridad, hacker forense, etc. . Hacer reporte cuadro comparativo de riesgos/vulner

17.- Metodología

El desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje, se sustenta en:

-Tiempos por sesión: 50% teoría sustentada por el profesor y 50% práctica prácticas como: discusión en panel por equipos, debates, juegos de roles, simulación, discusión What If y análisis de casos.

-Recursos Didácticos basados en la plataforma Moodle con bibliografía base y de consulta, así como exposición de videos, acceso a bases de datos y portales web.

18.- Evaluación

Los criterios de evaluación, son:

-80% mínimo de asistencia, para tener derecho a evaluación

-1 examen diagnóstico, con el 10% de su calificación total

-1 examen intermedio, con el 10% de su calificación final

-1 examen final, con el 10% de su calificación final

-Tareas con exposición de las mismas, que acumularán en conjunto el 30% de su calificación final

-Trabajo Final el cual será el reporte de un caso real, donde se proponga el diagnóstico de una empresa antes y reporte el después de una aplicación como Negocio Electrónico. Lo anterior representará el 40% de su calificación final.

19.- Bibliografía

Libros / Revistas Libro: Sistemas de Información Gerencial

Kenneth Laudon y Jane Laudon (2012) Pearson/Prentice Hall No. Ed 12

ISBN:

Otros materiales

20.- Perfil del profesor

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.

21.- Nombre de los profesores que imparten la materia

Código:

MEJIA TREJO Dr. JUAN

Código: 2944289

VARGAS BARRAZA Dr. JUAN ANTONIO

Código: 2322617

22.- Lugar y fecha de su aprobación

Se aprueba el contenido de la asignatura por la Academia de Negocios Electrónicos, el 16 de Agosto de 2016 en Zapopan, Jalisco, México.

23.- Instancias que aprobaron el programa

Se aprueba el contenido de la asignatura por el Colegio Departamental de Mercadotecnia y Negocios Internacionales, el 25 de Julio de 2014 en Zapopan, Jalisco, México.

24.- Archivo (Documento Firmado)

[Acta sellada aprobacion contenidos asignaturas Negocios Electronicos.pdf](#)

Imprimir 

Regresar...