



Negocios electrónicos

1. Datos generales

Academia		Departamento		
Sistemas Digitales y de Información		Departamento de Ingenierías		
Carreras	Área de formación		Tipo	
Licenciatura en Negocios Internacionales	Especializante		Curso - Taller	
Modalidad	Ciclo	Créditos	Clave	Prerrequisitos
Presencial	1	8	I5431	
Horas	Relación con otras Unidades de Aprendizaje			
Teoría [40] Práctica [40] Total [80]	En el ciclo que se imparte		En otros ciclos	
	Desarrollo de emprendedores y propiedad intelectual		Inteligencia comercial Taller de exportación e importación	
Saberes previos				
Negocios, administración de recursos y computación básica				
Elaboró		Actualizó		Fecha de actualización
Ing. Roberto Plascencia Jiménez				Abril 2017

2. Competencia general del curso

Aplica los elementos y conceptos de los negocios electrónicos, marketing digital, social media, community manager para su correcta planeación y posterior implementación utilizando herramientas y plataformas web actuales.

Perfil de egreso

Desarrollar, implementar y gestionar 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 TICS y Software especializados.
- Mediante el conocimiento de geografía, transportes y la estructura económica internacional.

3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinares	Profesionales
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad crítica y autocrítica. Trabajo en equipo. Habilidades interpersonales. Capacidad de análisis y síntesis. Habilidades básicas de manejo de la computadora. Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. 	<ul style="list-style-type: none"> Domina los principales elementos de Negocios electrónicos, marketing y sistemas de creación de aplicaciones. Aplicar los elementos y conceptos de los negocios electrónicos para su correcta planeación y posterior implementación. Aplicar técnicas para administrar recursos y desarrollar el capital intelectual. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar aplicaciones web que involucre lenguajes de marcas, de presentación, del lado del cliente, del lado del servidor, con la integración de servicios web. Desarrolla puntualmente un sistema de e-commerce y lo aplica a un caso de negocio electrónico, así como uso de redes sociales



4. Contenido temático por unidad de competencia

Unidad de competencia 1: Identifica los elementos que integran los negocios electrónicos, así como su arquitectura tecnológica y configuración.

- Expresa y describe los conceptos básicos de los negocios electrónicos e internet.
- Es capaz de identificar procesos y partes de la arquitectura de los negocios electrónicos.
- Define conceptos básicos del negocio electrónico, e-business, e-commerce, sus componentes y terminología.
- Conoce y define la administración de relaciones con el cliente objetivo (CRM).
- Entiende la integración de los sistemas integrados de información (ERP).
- Es capaz de definir los mecanismos de soporte para los sistemas de leltad.
- Identifica de manera correcta la gestión de la cadena de suministros (SCM) y su definición.

Unidad de competencia 2: Desarrolla los procesos estratégicos para la implementación de negocios electrónicos.

- Define conceptos importantes de la arquitectura de los negocios, plataformas abiertas, consideraciones de hardware y configuración de servicios.
- Es capaz de definir consideraciones empresariales aplicadas al negocio electrónico.
- Entiende y desarrolla conceptos básicos de el plan de marketing electrónico.
- Determina y define los conceptos especializados de los procesos estratégicos tecnológicos, herramientas digitales y la respuesta eficiente del consumidor (ECR).

Unidad de competencia 3: Identifica y aplica los elementos que conforman un sitio e-commerce y marketing electrónico, capas y aspectos de seguridad, así como sistemas de pago.

- Aplicar los diferentes sistemas de pago implementados en la actualidad en los negocios electrónicos.
- Implementa la estructura y el desarrollo de una tienda en línea aplicándola a una empresa real.
- Conoce y entiende los métodos utilizados en el sistema de pago electrónico, micro pago, sistemas basados en tarjetas de crédito, factura y firma electrónica.
- Desarrolla un plan de marketing para conseguir presencia en portales especializados en línea.
- Entiende las nuevas tecnologías de posicionamiento (SEO). Y aplica las herramientas que se ofrecen para un marketing exitoso.

Unidad de competencia 4: Domina procesos de marketing electrónico y la función de un Community manager, construye, gestiona y administra una comunidad online.

- Identifica y entiende las características de Cloud computing, nubes corporativas, características ventajas y desventajas.
- Conoce y desarrolla tiendas electrónicas y comunidades virtuales.
- Consulta, analiza e interpreta resultados de la red social utilizada, para implementar modificaciones óptimas.
- Conoce las plataformas de red social y las herramientas especializadas para la realización de posicionamiento y marketing.
- Aplica métodos de marketing digital a empresas para mejorar su presencia en el mercado digital.



5. Metodología de trabajo docente y acciones del alumno

Metodología	Acciones del estudiante	Acciones del docente
<ul style="list-style-type: none"> Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) 	<ul style="list-style-type: none"> Repasar conocimientos. Previsión y preparación de necesidades de materiales y recursos. Escuchar y tomar notas. Analizar y comprender el problema. Aplicar el procedimiento seleccionado. Comprobar e interpretar el resultado. Repasar ejercicios y problemas realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de colecciones de problemas resueltos. Explicación clara de los procedimientos o estrategias que pueden ser utilizadas. Desarrollo de estrategias de motivación aportando pistas y sugerencias.

6. Criterios generales de evaluación

Actividades	Productos
Trabajos de investigación, prácticos realizados. Documento que incluya la documentación de prácticas en la incursión de una empresa en la red social. Documento de presentación de sistema de una tienda online creada con un sistema gestor de plataformas.	<ul style="list-style-type: none"> Resolución de ejercicios de plataforma e-commerce (20%). Desarrollo de posicionamiento con una red social. (20%) Evaluaciones parciales (30%) Examen departamental (10%) Participación (10%)

Se recomienda que en cada actividad se practique la autoevaluación y coevaluación con los estudiantes.

8. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
Esta unidad de aprendizaje deberá ser impartida por un profesional de las áreas económico administrativo, así como computación y marketing con capacidad para entender y resolver problemas mediante una metodología adecuada.	<ul style="list-style-type: none"> -Para comunicarse oral, por escrito y corporalmente. -Para crear un ambiente adecuado de enseñanza aprendizaje. -Para integrar grupos de trabajo y fomentar la participación de los alumnos. -Para despertar el interés de la materia. -Para fomentar la creatividad y la crítica. -Ameno al impartir el curso. 	<ul style="list-style-type: none"> -Estar dispuesto a aprender y a capacitarse continuamente. -Abierto al cambio frente al nuevo paradigma que proponen las tecnologías de información y la comunicación. -Estar al tanto de lo que hacen otros colegas y compartir experiencias. -Entusiasta y motivado. -Dispuesto al cambio y a asumir retos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Justo al evaluar al alumno (no negocia calificaciones). -Enseña con verdad y honestidad. -Respeta a sus Alumnos. -Congruente entre lo que dice y lo que hace. -Responsable. -Puntual. -Paciente. -Tolerante. -Leal a la Institución y a sus compañeros.



9. Bibliografía

Básica para el alumno

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Pablo Adán	Marketing digital para empresas y personas	Alfaomega	2016	
Baker	Marketing para medios sociales: un planteamiento estratégico.	Cengage Learning Editores	2015	
Oscar González López	Comercio electrónico	Anaya multimedia	2014	

Complementaria

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Miguel Moro Vallina	Marketing digital	Paraninfo	2014	
Tapscott, Don.	La era de los negocios electrónicos : como generar utilidades en la economía digital	McGraw Hill	1999	

Tepatitlán de Morelos, Jalisco. 21 de marzo de 2016

Nombre y firma del Jefe de Departamento

Dr. Sergio Franco Casillas

Nombre y firma del Presidente de academia

Dra. Claudia Alas Torres