



Negocios Electrónicos

Datos generales

Nombre de la asignatura		Nivel de formación	Clave de la asignatura
Negocios Electrónicos		Licenciatura	CU039
Prerrequisito		Area de formación	Departamento
CRM e Investigación de Mercados en Línea		Especializante Selectiva	Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales
Academia	Modalidad	Tipo de asignatura	Prerrequisito de % de créditos
Negocios Electrónicos	Presencial	Curso-Taller	50 %

Carga horaria

Teoría Práctica Total Créditos

40	40	80	8
----	----	----	---

Trayectoria de la asignatura

Especialización

Contenido del programa

Presentación

Esta asignatura aborda el impacto de Internet y los negocios electrónicos en la mercadotecnia actual, analizando desde el e-Marketing y e-Commerce hasta el ecosistema de aplicaciones móviles. A lo largo del curso, el/la estudiante integrará la gestión digital de clientes (e-CRM), recursos (e-ERP) y cadenas de suministro (e-SCM) bajo estrictos criterios de seguridad informática (e-SEC). Todo ello fundamentado en la ética comercial para la toma de decisiones estratégicas, competitivas y responsables en entornos digitales.

Objetivos del programa

Objetivo general

Conocer y aplicar software (de licencia y/o libre) para descubrir necesidades de mercado, y ser capaz de diseñar y planear un modelo de Negocio Electrónico exitoso, considerando sus alcances tanto éticos como de seguridad.

Los conocimientos, aptitudes, actitudes, valores, capacidades y habilidades que el alumno deberá adquirir con base al desarrollo de la unidad

El/la estudiante comprenderá los modelos de negocios electrónicos, arquitecturas de e-commerce y monetización digital, diseñando e implementando canales de comercialización e integración de transacciones en línea. Demostrará visión emprendedora, capacidad de innovación y pensamiento estratégico comercial, desempeñándose con transparencia en las transacciones digitales, ética mercantil y estricto compromiso con la protección al consumidor.

Contenido

Contenido temático

UNIDAD 1. INTERNET, LA BASE DE DESARROLLO DEL MUNDO ACTUAL

UNIDAD 2. CONCEPTOS BÁSICOS

UNIDAD 3. MERCADOTECNIA DIGITAL (e-MARKETING)

UNIDAD 4. COMERCIO ELECTRÓNICO (e-COMMERCE)

UNIDAD 5. ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CONSUMIDOR (e-CRM)

UNIDAD 6. PLANEACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA EMPRESA (e-ERP)

UNIDAD 7. ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (e-SCM)

UNIDAD 8. SEGURIDAD (e-SEC)

UNIDAD 9. APPS

UNIDAD 10. ÉTICA EN LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Contenido temático

UNIDAD 1. INTERNET, LA BASE DE DESARROLLO DEL MUNDO ACTUAL

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.

<https://udgmulti.bibliotecasdigitales.com/read/9786075384689/index>

<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/estudios>

<https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Comercio-Electronico/Estudio-de-Comercio-Electronico-en-Mexico-2018/lang,es-es/?Itemid=>

UNIDAD 2. CONCEPTOS BÁSICOS

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. Planeación y propuesta de un negocio electrónico

<https://udgmulti.bibliotecasdigitales.com/read/9786075384689/borrows>

<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>

UNIDAD 3. MERCADOTECNIA DIGITAL (e-MARKETING)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

<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>

UNIDAD 4. COMERCIO ELECTRÓNICO (e-COMMERCE)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

<https://www.brainsins.com/es/blog/contenidos-usuarios-ecommerce/3750>

<https://blog.saleslayer.com/es/10-herramientas-de-ecommerce-imprescindibles-para-aumentar-ventas>

UNIDAD 5. ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON EL CONSUMIDOR (e-CRM)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

<https://softwarepara.net/ecrm/>

<https://destinonegocio.com/gestion/recursos-materiales/sistemas-e-crm-crm-empresas/>

<http://beneficiosecrm.blogspot.com/2011/03/beneficios-de-ecrm.html>

UNIDAD 6. PLANEACIÓN DE LOS RECURSOS DE LA EMPRESA (e-ERP)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

https://www.epicor.com/es-mx/resource-center/articles/que-es-un-erp/?gclid=CjwKCAiA58fvBRAzEiwAQW-hzYNmJaHHPxuzJUJ2ff28W6LsEX4akD5j1XxYUADV27g7a5pjmVPu_xoC1dkQAvD_BwE#1

UNIDAD 7. ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (e-SCM)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/06/10-tips-para-desarrollar-una-solucion-e-supply-chain-management-escm-de-manera-eficaz/>

UNIDAD 8. SEGURIDAD (e-SEC)

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

UNIDAD 9. APPS

1. Presentación de las principales herramientas.
2. Configuración y habilitación

UNIDAD 10. ÉTICA EN LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS.

1. Definición y relevancia de la ética en el comercio electrónico.
2. Diferencias con la ética en negocios tradicionales.
3. Transparencia, Políticas de privacidad, practicas engañosas.
4. El impacto ambiental de los negocios electrónicos.

Actividades prácticas

Unidad 1. Internet, la base de desarrollo de mundo actual.

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. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 2: Conceptos Básicos.

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. Diseñar propuesta de proyecto de negocio electrónico para caso real o hipotético. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 3: Mercadotecnia Digital (e-Marketing).

Actividad: Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que la mercadotecnia digital ofrece en apoyo a los negocios electrónicos. Entrega de reporte de su propia propuesta de mercadotecnia digital aplicada al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la parte de captura y promoción de clientes a través de la mercadotecnia digital para su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 4. Comercio Electrónico (e-Commerce)

Actividad: Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que el comercio electrónico ofrece en apoyo a los negocios electrónicos. Entrega de reporte de su propia propuesta de comercio electrónico aplicada al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la parte de retención de clientes a través del comercio electrónico para su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 5. Administración de las relaciones con el cliente (e-CRM): Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que la administración de las relaciones con el cliente ofrece en apoyo a los negocios electrónicos.

Entrega de reporte de su propia propuesta de administración de las relaciones con el cliente aplicada al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la parte de captura y retención de clientes a través de la administración de las relaciones con el cliente para su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 6. Planeación de los recursos de la empresa (e-ERP): Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que la Planeación de los recursos de la empresa ofrece en apoyo a los negocios electrónicos.

Entrega de reporte de su propia propuesta de planeación de los recursos de la empresa aplicada al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la parte de la operación interna/externa a través de la planeación de los recursos de la empresa para su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 7. Administración de la cadena de suministro (e-SCM): Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que la administración de la cadena de suministro ofrece en apoyo a los negocios electrónicos.

Entrega de reporte de su propia propuesta de administración de la cadena de suministro al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la parte de la operación de suministros a través de la administración de la cadena de suministro empresa para su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 8: Seguridad (e-SEC). Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que la seguridad electrónica ofrece en apoyo a los negocios electrónicos.

Entrega de reporte de su propia propuesta de seguridad al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la seguridad de su negocio electrónico. 4 hrs. teoría / 4 hrs. práctica.

Unidad 9: APPS. Analizar las diferentes herramientas (libre y/o de licencia) que las APPS ofrecen en apoyo a los negocios electrónicos.

Entrega de reporte de su propia propuesta de APP al negocio electrónico.

Objetivo Particular: Hacer diseño de la APP de su negocio electrónico. 8 hrs. teoría / 8 hrs. práctica.

Metodología

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

-Tiempos por sesión: 50% teoría sustentada por el profesor y 50% con prácticas como: presentación de los contenidos del libro base así como artículos complementarios por parte de los estudiantes y refuerzo de los puntos críticos con el profesor. Así también, armar proyecto de asesoriamiento de caso real o creación de su propia propuesta de consultor de Negocios Electrónicos.

-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.

Evaluación

Criterios de evaluación:

*

FECHAS IMPORTANTES:

Inicio de clases: Lunes 17 de agosto de 2026.

Actividades extracurriculares: Semana de Mercadotecnia y Negocios Internacionales (NEGOMARKET) que se llevará a cabo del 09 al 13 de noviembre de 2026.

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, fecha límite de captura de calificaciones: Viernes 11 de diciembre de 2026.

Asistencia al 60% de las clases para el periodo extraordinario, fecha límite de captura de calificaciones: Miércoles 16 de diciembre de 2026.

Vacaciones de invierno: del sábado 19 de diciembre de 2026 al miércoles 06 de enero de 2027.

Bibliografías

Bibliografía

-

Otros materiales

-

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.

Lugar y fecha de su aprobación

Zapopan, Jalisco, a 07 de agosto de 2026.

Instancias que aprobaron el programa

El programa fue revisado y evaluado por los profesores que integran el Colegio Departamental adscrito al Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales del CUCEA de la Universidad de Guadalajara el día 07 de agosto de 2026.



Dr. Carlos Estrada Zamora
Presidente de la Academia



Centro Universitario de
Ciencias Económicas Administrativas
Departamento de Mercadotecnia
y Negocios Internacionales



Dr. José Sánchez Gutiérrez
Jefe del Departamento