



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. Área de Formación | 6. Departamento |
| | Especializante Obligatoria | Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales |
| 7. Academia | 8. Modalidad | 9. Tipo de Asignatura |
| Negocios Electrónicos | 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; Comercio Exterior; Negociación Internacional; Logística Internacional; Gestión de la Operación Aduanera; Software para la Operación de los Negocios Internacionales; Competitividad Internacional; Prácticas Profesionales; Estrategia y Consultoría Internacional de Negocios; Innovación y Desarrollo de Productos y Servicios para la Exportación.

Contenido del Programa

13. Presentación

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 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

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.

15.-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)

Contenido desarrollado

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

16. 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. 4hrs.teoría/4hrs.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. 4hrs.teoría/4hrs.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. 4hrs.teoría/4hrs.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. 4hrs.teoría/4hrs.práctica. Unidad 5. Administración de las relaciones con el cliente (e-CRM). Actividad: 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. 4hrs.teoría/4hrs.práctica. Unidad 6. Planeación de los recursos de la empresa (e-ERP). Actividad: 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. 4hrs.teoría/4hrs.práctica. Unidad 7. Administración de la cadena de suministro (e-SCM). Actividad: 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. 4hrs.teoría/4hrs.práctica. Unidad 8: Seguridad (e-SEC). Actividad: 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. 4hrs.teoría/4hrs.práctica. Unidad 9: APPS. Actividad: 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. 8hrs.teoría/8hrs.práctica

17.- 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.

18.- Evaluación

Los criterios de evaluación, son:

- 80% mínimo de asistencia, para tener derecho a evaluación
- 15% Tareas de exposición de los temas que se asignen por equipo del contenido temático.
- 15% Solución de cuestionarios afines al contenido temático
- 40% Trabajo final, el cual será el reporte de un caso real o de su propuesta como consultores de Negocios Electrónicos
- 30% Acreditación en Google Analytics

Inicio de clases: **lunes 11 de agosto de 2022.**

Actividades extracurriculares: tentativamente formato a distancia de Semana de Mercadotecnia y Negocios Internacionales (NEGOMARKET) que se llevará a cabo del **del 14 al 19 de noviembre de 2022.**

Asistencia al 80% de las clases para el periodo ordinario, fecha límite de captura de calificaciones: **domingo 04 de diciembre de 2022.**

Asistencia al 60% de las clases para el periodo extraordinario, fecha límite captura de calificaciones: **domingo 04 de diciembre de 2022.**

Vacaciones de invierno: **Sábado 17 de diciembre de 2022 al miércoles 04 de enero de 2023.**

19.- Bibliografía

Libros / Revistas

Libro: e-Commerce 360

Anabel Duran (2018) Alfaomega No. Ed 1

ISBN: 9786076229316

Libro: WordPress

María Amor Fernández (2016) Alfaomega No. Ed 1

ISBN: 9786076226056

Libro: The Lean MarketPlace: A practical guide to building a successful online MarketPlace Business
Juho Makkonen, Cristóbal Garc (2018) Sharetribe No. Ed 1

ISBN: 952940008X

Libro: Fundamentos de Negocios Electrónicos. Teoría y Práctica
MejíaTrejo Juan (2019) Alfaomega . No. Ed 1

ISBN: 978 607 53846 8 9

Otros materiales

Thomas, Marc-Julian, Wirtz, Bernd W: DETERMINANTS OF ONLINE REVIEW CREDIBILITY AND ITS
Descripción: Journal of Electronic Commerce Research; Feb2019, Vol. 20 Issue 1, p1-20, 20p

Zhi Pei; Audhesh Paswan: CONSUMERS' LEGITIMATE AND OPPORTUNISTIC PRODUCT RE
Descripción: Journal of Electronic Commerce Research , Nov2018, Vol. 19 Issue 4, p301-319, 19p, 1 Diagram, 6 Charts, Database:

Applied Science & Technology Source Ultimate

Chandra, Shalini; Kumar, Karippur Nanda.: EXPLORING FACTORS INFLUENCING ORGANIZATIONAL ADOPT
Descripción: Journal of Electronic Commerce Research , Aug2018, Vol. 19 Issue 3, p237-265, 29p, 1 Diagram, 9 Charts, Database:

Applied Science & Technology Source Ultimate

Lai-Ying Leong; Jaafar, Noor Ismawati; Ainin, Sula: UNDERSTANDING FACEBOOK COMMERCE (F-COMMERCE) ACTUA
Descripción: Journal of Electronic Commerce Research , Feb2018, Vol. 19 Issue 1, p75-103, 29p, Database: Applied Science &

Technology Source Ultimate

Malgwi, Y. M.; Mathias, L.; Muhammad, L. J.: DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF E-COMMERCE SYSTE
Descripción: International Journal of Advanced Research in Computer Science , Jan/Feb2018, Vol. 9 Issue 1, p900-907, 8p; DOI:

10.26483/ijarcs v9i1.5529, Database: Applied Science & Technology Source Ultimate

20.- Perfil del profesor

Docente con grado mínimo de Maestría en Mercadotencia, 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

CARDENAS HURTADO QUETZALLI NOEMI

Código: 2118122

DE ANDA PADILLA EBER JUAN PAUL

Código: 2949953

LOY ROMO SALVADOR EDUARDO
Código: 2960277

VELAZQUEZ GONZALEZ FERNANDO
Código: 2314185

22. - Lugar y fecha de su aprobación

El programa fue evaluado y revisado por los profesores que integran la Academia de Negocios Electrónicos el día **10 de agosto del año 2022** a través de reunión virtual con los/as miembros de dicha Academia.

23. - Instancias que aprobaron el programa

El programa fue revisado y evaluado por los profesores que integran el Colegio Departamental del Departamento de Mercadotecnia y Negocios Internacionales del CUCEA de la Universidad de Guadalajara el día **12 de agosto del año 2022**.

24. - Archivo (Documento Firmado)

Negocios electrónicos 2022A.pdf



Presidente de la Academia



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

Imprimir



Jefe del Departamento