

TI2013

Comercio electrónico y tecnología

CIP: 520208 Comercio Electrónico

CL-L-U-CA-UDC: 3-0-8-3-3.5

Disciplina asociada:
Tecnologías de información

Escuela:
Ingeniería y Ciencias

Departamento Académico:
Computación

Programas académicos:

Requisitos:
No tiene.

Equivalencia:
No tiene.

Acreditables:
SI00003

Intención del curso en el contexto general del plan de estudios:

Es un curso de nivel intermedio, con la intención de formar personas que contribuyan al incremento de la competitividad de las empresas a través del conocimiento de una nueva forma de hacer negocios, que sean líderes de cambio que apoyen la proyección de las organizaciones en los mercados locales, nacionales e internacionales haciendo uso de las tecnologías de Internet, y contribuir en la formación de personas honestas, responsables y capaces de aprender por cuenta propia al elaborar sus tareas en forma individual y colaborativa

Como resultado de aprendizaje el estudiante desarrollará las habilidades de análisis, síntesis y evaluación para aprovechar las herramientas tecnológicas que faciliten el comercio electrónico, utilizar el pensamiento crítico y el respeto al hacer sus aportaciones sobre sus investigaciones, en la solución de los casos y en todas las actividades del curso.

Objetivo general de la Unidad de Formación:

Al terminar el curso el alumno sea capaz de:

1. Familiarizarse con los términos propios del comercio electrónico, por medio del estudio de los conceptos básicos.
2.
 1. Familiarizarse con los términos propios del comercio electrónico, por medio del estudio de los conceptos básicos.
 2. Reconocer la infraestructura tecnológica que hace posible el comercio electrónico y sus implicaciones en los negocios.

3. Identificar y analizar los elementos de los mecanismos de comercio y de los procesos asociados que se verán afectados por el comercio electrónico a través del análisis de casos de estudio que los alumnos realizarán en equipo.
4. Analizar la manera en que los procesos se ven transformados por el comercio electrónico como una nueva alternativa para generar valor en una organización, por medio de la discusión de temas relacionados con estas oportunidades.
5. Identificar los aspectos claves que se hacen presentes al implementar las estrategias de comercio electrónico dentro de la organización, que a través de su aplicación permitan alinear la administración de las Tecnologías de Información con la visión de la organización.
6. Conocer y entender los aspectos legales, de seguridad y de privacidad bajo los cuales se rige el comercio electrónico, analizando la problemática de las empresas de la localidad y proponiendo posibles soluciones.
7. Identificar y explotar las oportunidades generadas por este nuevo esquema de negocios, discutiendo los diferentes enfoques en los distintos niveles organizacionales y justificando el beneficio a corto y largo plazo de la adecuada utilización de la TI para el logro de una ventaja competitiva.
8. Valorar la importancia de la integración de los elementos en los negocios electrónicos con el uso adecuado de la tecnología.

Contenido temático del curso:

MÓDULO I - Modelos de negocio y principios conceptuales de E-Commerce

1. Los elementos clave del comercio electrónico
2. Modelos de negocio para comercio electrónico
3. Ventas al menudeo y servicios B2C
4. Administración de la cadena de suministro B2B
5. Redes sociales

6. Proveedores de contenidos y medios en línea

MÓDULO II - Construcción de soluciones de E-Commerce

1. Infraestructura de comercio electrónico
 2. Construyendo sitios de comercio electrónico
 3. Sistemas de seguridad y pago en comercio electrónico
- MÓDULO III - Cuestiones de comercio electrónico de marketing, publicidad y sociales

1. Aspectos éticos, sociales y políticos del comercio electrónico
2. Conceptos de mercadotecnia digital
3. Estrategias y herramientas de mercadotecnia digital
4. Comunicaciones de marketing
5. Métricas y herramientas
6. El futuro de la tecnología

Objetivos específicos de aprendizaje por tema:

MÓDULO I - Modelos de negocio y principios conceptuales de E-Commerce

1. Entender los elementos clave del comercio electrónico
2. Comprender los modelos de negocio para comercio electrónico
3. Reconocer los elementos básicos de las ventas al menudeo y servicios B2C
4. Reconocer los elementos básicos de la administración de la cadena de suministro B2B
5. Entender los componentes, usos y efectos de las redes sociales
6. Identificar el rol de los proveedores de contenidos y medios en línea

MÓDULO II - Construcción de soluciones de E-Commerce

1. Analizar los elementos de la infraestructura de comercio electrónico
2. Entender el proceso de construcción de sitios de comercio electrónico
3. Identificar los elementos necesarios de seguridad y pago en comercio electrónico

MÓDULO III - Cuestiones de comercio electrónico de marketing, publicidad y sociales

1. Identificar los aspectos éticos, sociales y políticos del comercio electrónico
2. Entender los conceptos de mercadotecnia digital
3. Explicar las estrategias y herramientas de mercadotecnia digital
4. Reconocer los componentes de comunicaciones de marketing
5. Identificar las métricas y herramientas utilizadas en la mercadotecnia digital
6. Discutir las tendencias y el futuro de las tecnologías y su efecto en las organizaciones

Metodología de enseñanza y actividades de aprendizaje:

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición del marco teórico que sustenta los temas clave del curso: Comercio electrónico y tecnología.
2. Grabación de videos de apoyo por tema.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Lectura del material de descripción del tema en Blackboard
2. Ver videos de apoyo preparados por el personal docente
3. Lectura del libro de texto
4. Solución y discusión de casos
5. Preparar y presentar un proyecto final en equipo
6. Desarrollo de ejercicios individuales para reforzar los temas discutidos

Técnica didáctica sugerida:

Aprendizaje orientado a proyectos

Tiempo estimado de cada tema:

1 semana por tema

Criterios de evaluación sugerida:

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se cuenta con procedimientos y criterios que permiten dar seguimiento y evaluar los resultados del proceso de aprendizaje. Los procedimientos y la ponderación de cada uno de ellos son los siguientes:

Actividades individuales

| | |
|-------------------------|-----|
| exámenes rápidos | 10% |
| ejercicios individuales | 10% |
| examen de medio curso | 15% |
| examen final | 15% |
| sub-total | 50% |

Actividades en equipo

| | |
|-----------------------|------|
| caso 1 | 10% |
| caso 2 | 10% |
| proyecto final fase 1 | 5% |
| proyecto final fase 2 | 10% |
| proyecto final fase 3 | 15% |
| sub-total | 50% |
| total | 100% |

Bibliografía sugerida:

LIBROS DE TEXTO:

* Keneth C. Laudon, E-Commerce:Business,Technology, Society, 9th Edition, Prentice Hall, Inglés, 13:978-0132730358

LIBROS DE CONSULTA:

* Efraim Turban, David King,Jae Lee and Dennis Viehland, Electronic Commerce A Managerial Perspective, Prentice Hall, Inglés, 0-13-009493-5

* Daniel Amor, La (R) evolución E-Business, Prentice Hall, Español, 987-97892-5-3

* Stephen P. Bradley and Richard L. Nolan, Sense & Respond: Capturing Value in the Network Era, Editorial Hardcover, Inglés, 0875848354

* Ravi Kalajota and Andrew B. Whinston, Electronic Commerce a Manager´ s Guide, Addison Wesley, Inc, Inglés, 0-201-88067-9

* Huff,Wade, Schneberger, Cases in Electronic Commerce, 2nd. Edition, Mc Graw Hill, Inglés, 0-07-245731-7

* Deitel, Deitel and Steinbuhler, E-Business & e-commerce for Manager, Prentice Hall, Inglés, 0-13-032364-0

Material de apoyo:

Perfil del Profesor:

(520208)Maestría en Comercio Electrónico ; (521201)Maestría en Administración de Sistemas de Información ; (110101)Maestría en Ciencias Computacionales/de Información ; (110103)Maestría en Tecnología de la Información/Informática/Sistemas Computacionales ; (520208)Doctorado en Comercio Electrónico ; (521201)Doctorado en Administración de Sistemas de Información ; (110101)Doctorado en Ciencias Computacionales/de Información ; (110103)Doctorado en Tecnología de la Información/Informática/Sistemas Computacionales

CIP: 520208, 521201, 110101, 110103

Idioma en que se imparte la materia:

Inglés