



<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS Y FORESTALES</p>  <p style="text-align: center;">PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</p> <p style="text-align: center;">E - COMMERCE</p>	DES:	AGROPECUARIA
	Programa(s) académico(s)	Licenciatura en administración de agronegocios
	Tipo de MATERIA: <i>Obligatoria / Optativa</i>	Optativa
	Clave de la Materia:	MA714
	Semestre:	Séptimo
	Área en plan de estudios (B,P,E,O):	Específica
	Total de horas por semana:	6
	<i>Teoría: Presencial o virtual</i>	4
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
	<i>Prácticas</i>	2
	Trabajo extra-clase:	6
	Créditos totales:	6
	Total de horas por semestre (x 16 semanas)	96
	Fecha de actualización:	Noviembre 2024
Prerrequisito (s):	Ninguno	
Elaborado por:	Dra. Janeth Guadalupe González Domínguez M.A. Patricia Castillo	

DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

Este curso se centrará en el estudio de las estrategias, herramientas y tecnologías asociadas con el comercio electrónico aplicado al sector de los agronegocios. Esta disciplina aborda cómo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden ser utilizadas para mejorar los procesos de compra y venta de productos agrícolas y agroindustriales. Tiene como objetivo que los estudiantes se familiaricen con las plataformas y tecnologías específicas utilizadas en el comercio electrónico aplicado a la industria agropecuaria.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

CG4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL. Transforma la cultura digital en la sociedad, en las organizaciones e instituciones educativas para aprovechar al máximo el potencial de las tecnologías y herramientas digitales, con responsabilidad y ética solidaria.

CG5. INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL. Construye de forma colaborativa con actores académicos y no académicos, proyectos innovadores de emprendimiento social

CP1. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA AGROPECUARIA. Planea, diseña y gestiona proyectos

agrícolas, pecuarios, forestales y ambientales, principalmente en los procesos económicos necesarios para administrar eficientemente las empresas, proyectos o actividades de este sector.

CE2. MARKETING AGROPECUARIO. Diseña planes de mercadotecnia a través de investigaciones que identifiquen el segmento de mercado, así como el sistema comercial de la empresa que permita detectar las oportunidades de mercado nacionales e internacionales, generando estrategias competitivas en los agronegocios.

CE12. ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIAS. Desarrolla investigación original, tecnología y/o innovaciones en procesos, servicios o productos que contribuyan a la solución de problemas, mejoren la convivencia, generen oportunidades para el desarrollo sustentable y propicien una mejor calidad de vida.

HABILIDADES BLANDAS A DESARROLLAR:

Trabajo colaborativo, comunicación, compromiso, manejo del estrés, toma de decisiones, resolución de problemas, cultura emprendedora

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos organizados por temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas...)	EVIDENCIAS
<p>CG4.4 Transformación Digital Analiza los desafíos éticos en la era digital y promueve el uso seguro y responsable de la tecnología; toma en cuenta la protección de datos personales en el entorno digital.</p> <p>CE2.1 MARKETING AGROPECUARIO Conoce e identifica los conceptos de mercadotecnia en el entorno agropecuario</p>	<p>Objeto de estudio 1:</p> <p>Introducción al comercio electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición y evolución del comercio electrónico. • Tipos de comercio electrónico: B2B, B2C, C2C. • Beneficios y desafíos del comercio electrónico en agronegocios. 	<p>Identifica y explica los conceptos básicos de e-commerce y su relevancia en los agronegocios.</p>	<p>1.1 Exposición por parte del docente con videos explicativos</p> <p>1.2 Exposición por parte del docente con videos explicativos</p> <p>1.3 Discusión grupal.</p>	<p>Reporte escrito sobre tendencias de e-commerce en los agronegocios.</p>

<p>CG4.5 Transformación Digital Favorece la inclusión digital para la reducción de la brecha tecnológica.</p>	<p>Objeto de estudio 2:</p> <p>Plataformas y Herramientas de Comercio Electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de plataformas de comercio electrónico (Shopify, WooCommerce, etc.). • Creación y gestión de tiendas en línea. • Seguridad y confianza en transacciones digitales. 	<p>Analiza y selecciona plataformas y herramientas adecuadas para e-commerce en el sector de los agronegocios y agroindustrial.</p>	<p>2.1 Exposición por parte del docente 2.2 Simulación de uso de plataformas.</p>	<p>Informe comparativo sobre plataformas de e-commerce y práctica de simulación en una plataforma.</p>
<p>CG4.4 Transformación Digital Analiza los desafíos éticos en la era digital y promueve el uso seguro y responsable de la tecnología; toma en cuenta la protección de datos personales en el entorno digital.</p> <p>CE2.8 MARKETING AGROPECUARIO Analiza las estrategias de posicionamiento, promoción y distribución para el desarrollo efectivo de los agronegocios.</p>	<p>Objeto de estudio 3:</p> <p>Logística y Distribución en Comercio Electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos logísticos para e-commerce en agronegocios. • Desafíos en la distribución de productos agrícolas. 	<p>Aplica estrategias de marketing digital y gestionar la logística en comercio electrónico de manera eficaz y sustentable.</p>	<p>3.1 Exposición por parte de los estudiantes los modelos logísticos 3.2 Visita a empresa de logística y transporte</p>	<p>Reporte de visita Exposición</p>

<p>CG1.3 Excelencia y Desarrollo Humano Desarrolla de habilidades y capacidades innovadoras, productivas y de emprendimiento</p> <p>CG4.1 Desarrolla habilidades digitales de forma crítica que impacten positivamente en la vida cotidiana y en las organizaciones e instituciones para la comunicación efectiva en entornos digitales.</p>	<p>Objeto de estudio 4:</p> <p>Marketing Digital para Agronegocios</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategias de marketing digital: SEO, SEM y marketing de contenidos. Uso de redes sociales y su impacto en la promoción de productos agrícolas. Herramientas de análisis y métricas para evaluar el desempeño. 	<p>Desarrolla y presenta un plan de e-commerce, demostrando habilidades de comunicación, liderazgo y toma de decisiones.</p>	<p>4.1 Exposición por parte del docente</p> <p>4.2 Ejercicios prácticos de análisis en Google Analytics</p> <p>4.3 Discusión de casos reales.</p>	<p>Diseño de estrategia de marketing digital (Exposición y reporte escrito).</p>
--	--	--	---	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)																
<p>OBJETO DE ESTUDIO 1. Introducción al comercio electrónico Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). E-commerce: Business, Technology, Society. Pearson. Macia F (2020). SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web (SOCIAL MEDIA). Pearson</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 2. Plataformas y Herramientas de Comercio Electrónico Fagundo A., Bastón.A., Hernandez, V (2021) Ecommerce. Cómo montar una tienda online... ¡y que venda! (SOCIAL MEDIA). Anaya Multimedia</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 3. Logística y Distribución en Comercio Electrónico Zamarreño G.A. (2023) LOGÍSTICA Y OPERACIONES EN E-COMMERCE EBOOK Fagundo A., Bastón.A., Hernandez, V (2021) Ecommerce. Cómo montar una tienda online... ¡y que venda! (SOCIAL MEDIA). Anaya Multimedia</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 4. Marketing Digital para Agronegocios Macia F (2020). SEO Avanzado. Casi todo lo que sé sobre posicionamiento web (SOCIAL MEDIA). Pearson Chaffey, D. (2021). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice</i>. Pearson.</p>	<p>Objeto 1</p> <table border="0"> <tr> <td>Reporte escrito</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Examen</td> <td>50%</td> </tr> </table> <p>Objeto 2</p> <table border="0"> <tr> <td>Informe comparativo</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Simulador</td> <td>50%</td> </tr> </table> <p>Objeto 3</p> <table border="0"> <tr> <td>Reporte de visita</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Exposición</td> <td>50%</td> </tr> </table> <p>Objeto 4</p> <table border="0"> <tr> <td>Exposición</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Reporte escrito</td> <td>50%</td> </tr> </table>	Reporte escrito	50%	Examen	50%	Informe comparativo	50%	Simulador	50%	Reporte de visita	50%	Exposición	50%	Exposición	50%	Reporte escrito	50%
Reporte escrito	50%																
Examen	50%																
Informe comparativo	50%																
Simulador	50%																
Reporte de visita	50%																
Exposición	50%																
Exposición	50%																
Reporte escrito	50%																

Los criterios e instrumentos de evaluación tienen un valor del 70% del total de la calificación en la materia, siendo un 30% destinado al valor asignado a los dos reconocimientos parciales.

Cronograma del avance programático

Unidades de aprendizaje	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Evaluación Diagnóstico	X															
OBJETO DE ESTUDIO 1		X	X	X												
RECONOCIMIENTO PARCIAL 1					X											
OBJETO DE ESTUDIO 2						X	X	X								
OBJETO DE ESTUDIO 3										X	X	x				
RECONOCIMIENTO PARCIAL 2									X							
OBJETO DE ESTUDIO 4													x	x	X	X
EVALUACION FINAL																X

Criterios SEAES:

Compromiso de la Responsabilidad social
Vanguardia