

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA  UNIDAD ACADEMICA: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA CULTURA FÍSICA  PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: <u>NEGOCIOS POR INTERNET</u> Dr. Jorge Luis Márquez López M.C. Edgar Francisco Ordoñez Bencomo Ing. Adalberto Emmanuel Rojas Perea	DES:	Administración
	Programa académico	LAD
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	AD 307
	Semestre:	Tercero
	Área en plan de estudios:	Específica
	Total de horas por semana:	4
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	4
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
	<i>Prácticas:</i>	0
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	1
	Créditos Totales:	5
	Total de horas semestre (x sem):	64
	Fecha de actualización:	11/11/2024
	<i>Prerrequisito (s):</i>	Ninguna
DESCRIPCIÓN: La clase de Negocios por Internet está diseñada para capacitar a los estudiantes en la creación y gestión de negocios en línea, promoviendo competencias en Excelencia y Desarrollo Humano, Interculturalidades, Pluralismo y Género, Transformación Digital, Creatividad, Innovación y Gestión. Su intención es desarrollar habilidades para diseñar, implementar y gestionar proyectos de comercio electrónico, integrando prácticas inclusivas y éticas. Se desarrolla a través de talleres prácticos, actividades colaborativas y el desarrollo de un proyecto integral de negocio en línea, desde la ideación hasta la implementación. Los dominios y resultados de aprendizaje se evalúan mediante la presentación y defensa de las distintas fases del proyecto, fomentando la aplicación de conocimientos teóricos en un entorno práctico. Los estudiantes adquieren competencias para innovar en el comercio digital, gestionar proyectos con una visión inclusiva y multicultural, y liderar la transformación digital en el ámbito empresarial.		

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

B1. Excelencia y Desarrollo Humano

La excelencia educativa promueve el desarrollo humano integral con resultados tangibles obtenidos en la formación de profesionales con conciencia ética y solidaria, pensamiento crítico y creativo, así como una capacidad innovadora, productiva y emprendedora.

Se puntualiza en los aprendizajes, como referente para construir nuevas propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social, con matices éticos y de valores, que desde su particularidad cultural le permitan respetar la diversidad, promover la inclusión, valorar la interculturalidad.

B2. Interculturalidades, pluralismo y género

Evalúa los factores o intersecciones de discriminación o exclusión que se ejercen en nuestros contextos sociales y comunitarios que impiden el ejercicio libre y autónomo de los derechos humanos de las personas, determinadas por su género, etnia, clase, cultura, edad, comunidad, preferencia sexo-genérica, color de piel, lengua, discapacidad motora, neurodivergencias, etc. Coadyuva, de manera propositiva, por la conformación de sociedades y/o comunidades plurales e interculturales con base en los criterios de justicia social, vida digna e intercambio respetuoso de saberes y cosmovisiones.

B4. 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; propicia su uso responsable y ético que estimule la creatividad, innovación, la comunicación efectiva y el trabajo colaborativo y transdisciplinar en la solución de problemas de la sociedad digital; promoviendo la privacidad y la seguridad, así como el respeto a los derechos de autor y la propiedad intelectual.

P9. Creatividad, Innovación y Gestión

Genera una cultura emprendedora y una visión integral sobre las capacidades y herramientas necesarias para la dirección y desarrollo de proyectos de negocios y creación de una empresa industrial, comercial o de servicios, en diferentes entornos económicos, políticos, sociales, culturales, en los ámbitos nacional y global.

Esta competencia promueve la capacidad de adaptación a entornos cambiantes, la búsqueda de oportunidades de mejora continua y el liderazgo en la implementación de proyectos innovadores.

DOMINIOS (Se toman de las competencias)	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos necesarios para desarrollar cada uno de los dominios)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Se plantean de los dominios y contenidos)	METODOLOGÍA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS (Productos tangibles que permiten valorar los resultados de aprendizaje)
B4.1. 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. B4.2. Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos sociales innovadores en el ámbito digital.	Objeto de estudio 1 Introducción al comercio electrónico 1.1. Qué es el comercio electrónico 1.2. Historia del comercio electrónico 1.3. Diferencia entre comercio electrónico y negocios en línea 1.4. Características de la tecnología del comercio electrónico 1.5. Tipos de comercio electrónico.	Describe El concepto de comercio electrónico Distingue La evaluación de comercio electrónico por Internet, así como las diferencias entre este y negocios por Internet Enumera Los diferentes tipos de comercio electrónico	Foro Tareas individuales Búsqueda y análisis de información	Ideas principales Línea del tiempo Ensayo Documento

B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. B4.2. Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos sociales innovadores en el ámbito digital. P9.1. Desarrolla la capacidad para generar ideas nuevas y originales que aporten valor a la organización en las diferentes áreas de desempeño.	Objeto de estudio 2 Modelo de negocios 2.1. Concepto de modelo de negocios 2.2. Elementos clave de un modelo de negocios 2.3. Modelo de ingresos: por publicidad, suscripción, cuota por transacciones, por ventas, por afiliación. 2.4. Modelos B2C: minorista (estailer), proveedor de comunidades, proveedor de contenido, portal, corredor de transacciones, generador de mercado y proveedor de servicios. 2.5. Modelos B2B: e-distribidor, e-procurement (abastecimiento electrónico), mercados de intercambio. 2.6. Modelos C2C, P2P y comercio móvil 2.7. Características y Servicios de e-commerce	Describe Conceptos y elementos de los modelos de negocios. Diferencia Los tipos de modelos de negocios y sus aplicaciones. Relaciona Las similitudes y diferencias entre los modelos de negocios. Diseña Una propuesta de negocio y señalando que modelo se ajusta a él.	Búsqueda y análisis de información Tareas individuales Aprendizaje orientado en proyectos	Clasificación Proyecto
--	--	--	--	--------------------------------------

B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. B1.3. Desarrolla de habilidades y capacidades innovadoras, productivas y de emprendimiento B1.7. Participa en el desarrollo de propuestas y soluciones en el marco de la innovación y pertinencia social B4.2. Utiliza de forma responsable las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos	Objeto de estudio 3 Marketing del comercio digital 3.1. Herramientas tradicionales de marketing en línea 3.2. Marketing en motores de búsqueda 3.3. Marketing en anuncios gráficos 3.4. Correo electrónico y marketing de permiso 3.5. Marketing social: compartir y participar	Identifica Las herramientas tradicionales de marketing. Diseña Elementos que identifican su empresa y que serán usados para el marketing digital Desarrolla El plan de marketing para el proyecto de su negocio por Internet.	Secuencia didáctica Exposición por estudiante	Exposición Producto
---	--	--	---	-----------------------------------

sociales innovadores en el ámbito digital. P9.1. Desarrolla la capacidad para generar ideas nuevas y originales que aporten valor a la organización en las diferentes áreas de desempeño.				
B1.1. Desarrolla el pensamiento crítico a partir de la libertad, el análisis, la reflexión y la argumentación. B1.3. Desarrolla de habilidades y capacidades innovadoras, productivas y de emprendimiento B1.6. Adopta una conciencia crítica en función su crecimiento personal y profesional	Objeto de estudio 4 El entorno de seguridad en el comercio electrónico 4.1. Alcance del problema 4.2. Seguridad efectiva en el comercio electrónico 4.3. Dimensiones de seguridad en el comercio electrónico 4.4. Amenazas de seguridad 4.5. Soluciones tecnológicas 4.6. Sistemas de pago y facturación electrónica 4.7. Aspectos de privacidad en el comercio electrónico 4.8. Desarrollo de una tienda virtual	Selecciona Las medidas de seguridad más convenientes para su tienda en línea. Implementa Estrategias de seguridad en el manejo de datos personales y económicos. Desarrolla Su propuesta de negocios por internet integrando todos los elementos vistos en el curso.	Estudio Individual Proyectos	Exposición Proyecto

continuo, desde la flexibilidad, adaptación y apertura al entorno cambiante B2.8. Reconoce y prioriza las necesidades de las personas y sus comunidades , para el diseño de proyectos innovadores respetando sus opiniones e intereses en la planeación de soluciones B4.1. 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. B4.2. Utiliza de forma responsable				
---	--	--	--	--

las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje (TICCA), en el proceso de construcción de saberes y el desarrollo de proyectos sociales innovadores en el ámbito digital. B4.4. 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 P9.1. Desarrolla la capacidad para generar ideas nuevas y originales que aporten valor a la organización en las diferentes áreas de desempeño.				
---	--	--	--	--

P9.2. Desarrolla la habilidad para implementar soluciones novedosas que mejoren procesos, productos o servicios.				
---	--	--	--	--

FUENTES DE INFORMACIÓN (Bibliografía, direcciones electrónicas)	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES (Criterios, ponderación e instrumentos)
Alcaíno, M., Arenas, V., & Gutiérrez, F. (2015). <i>Modelos de negocio basados en datos: Desafíos del Big Data en Latinoamérica</i>. Santiago: Universidad de Chile. Marr, B. (2016). <i>Big Data In Practice</i>. Padstow: Wiley. OCDE. (2019). <i>Panorama del comercio electrónico. Políticas, Tendencias y Modelos de Negocio</i>. París: OCDE. Pinson, L. (2003). <i>Anatomía de un Plan de Negocio. Una guía gradual para levantar el negocio y asegurar el futuro de su compañía</i>. Anaheim: OUT OF YOUR MIND...AND INTO THE MARKETPLACE. Rodriguez, M. (2018). Los negocios realizados por internet, ¿Cambian paradigmas existentes? <i>Revista del Instituto de ciencias jurídicas de Puebla</i>, 71-85. Warda, M. (2005). <i>Cómo iniciar su propio negocio</i>. Naperville: Sphinx Publishing.	Primer parcial 30% Foro.....1 Pts. Lección comercio electrónico....1 Pts. Línea del tiempo comercio electrónico.....1 Pts. Actividad de aplicación 1.1.....2 Pts. Lección negocios por Internet...1 Pts. Actividad de aplicación 2.1.....2 Pts. Actividad integradora 2.2.....2 Pts. Total de puntos 10 Segundo parcial 30% Actividad de aplicación 1.....3 Pts. Actividad de aplicación 2.....4 Pts. Actividad integradora 3.....3 Pts. Total de puntos 10 Tercer parcial 40% Actividad de aplicación 1.....3 Pts. Actividad de aplicación 2.....3 Pts. Actividad integradora 3.....4 Pts. Total de puntos 10

CRONOGRAMA

Objetos de estudio	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1 Introducción al comercio electrónico	X	X	X													
2 Modelo de negocios				X	X	X										
3 Marketing del comercio digital							X	X	X	X	X					
4 El entorno de seguridad en el comercio electrónico												X	X	X	X	X