

<p>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</p>  <p>UNIDAD ACADÉMICA: FACULTAD DE INGENIERÍA</p> <p>PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: COMERCIO ELECTRONICO</p>	DES:	Ingeniería
	Programa académico	Ingeniería en Procesos Industriales
	Tipo de materia (Obli/Opta):	Obligatoria
	Clave de la materia:	PI607
	Semestre:	Sexto
	Área en plan de estudios:	Específica
	Total de horas por semana:	3
	<i>Teoría: Presencial o Virtual</i>	0
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	3
	<i>Prácticas:</i>	0
	<i>Trabajo extra-clase:</i>	0
	Créditos Totales:	3
	Total de horas semestre (x sem):	48
	Fecha de actualización:	Febrero 2024
<i>Prerrequisito (s):</i>	N/A	

DESCRIPCIÓN:

El curso introduce al alumno a los conceptos básicos del comercio electrónico, creación de estrategias de marketing en Internet, así como de los aspectos legales, comerciales y logísticos para la administración de un negocio en Internet, pudiendo hacer negocio vía web. Se relaciona, además con nuevas estrategias para añadir herramientas, como el comercio electrónico, a la cadena de valor.

COMPETENCIAS PARA DESARROLLAR:

E1. Logística y Cadena de Suministros Desarrollar las habilidades necesarias para gestionar de manera eficiente los flujos de materiales, información y recursos a lo largo de toda la cadena de suministro de una organización industrial. Esta competencia es esencial para optimizar los procesos logísticos, garantizar la disponibilidad de productos y minimizar costos operativos.

Básicas:

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; propiciar su uso responsable y ético que estimule la creatividad, innovación, la comunicación efectiva y el trabajo colaborativo e interdisciplinar 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.

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA	EVIDENCIAS
----------	--------------------	---------------------------	-------------	------------

<p>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.</p>	<p>1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO 1.1 Conceptos generales 1.2 Negocios vs comercio electrónico 1.3 Principios generales del comercio electrónico 1.4 FODA´s del comercio tradicional vs comercio electrónico.</p>	<p>Concibe los conocimientos del comercio electrónico a la cadena de valor de una empresa. Explica el FODA´S del comercio electrónico en diferentes niveles económicos.</p>	<p>Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.</p>	<p>Cuestionarios, exámenes, presentaciones</p>
<p>E1 D7 Gestión de la Calidad en la Cadena de Suministro: Implementación de prácticas y procesos de gestión de calidad a lo largo de la cadena de suministro, asegurando productos conformes con los estándares establecidos.</p> <p>E1D8 Sostenibilidad en la Cadena de Suministro: Consideración de prácticas sostenibles en la cadena de suministro, incluyendo la gestión responsable de recursos y la reducción del impacto ambiental.</p>	<p>2. TENDENCIAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2.1 Historia del comercio electrónico 2.2 Tendencias del comercio tradicional y comercio electrónico 2.3 Comportamiento de los internautas a nivel internacional, nacional y local 2.4 Aplicación del comercio electrónico en la PYMES</p>	<p>Valora y analiza las tendencias del comercio actual. Demuestra la utilidad del Internet para llevar a cabo el comercio electrónico.</p>	<p>Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.</p>	<p>Cuestionarios, exámenes, presentaciones</p>

		Integra las aplicaciones que tiene el comercio electrónico en las PYMES.		
	3. EL INTERNET Y LA RED: INFRAESTRUCTURA PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO 3.1 Estándares para el intercambio de datos en el comercio electrónico 3.2 Seguridad y comercio electrónico 3.3 Recomendaciones del manejo de pagos en el comercio electrónico 3.4 INTRANET y EXTRANET	Valora la infraestructura básica para el comercio electrónico. Conceptualiza los mecanismos existentes de pago y los aspectos de seguridad para el comercio electrónico.	Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.	Cuestionarios, exámenes, presentaciones

	4. TÉCNICAS DE MERCADEO 4.1 E-marketing 4.2 Consumer-insights en los internautas 4.3 Estudios de mercado internauta 4.4 F's de marketing en la web 4.5 Presencia e inversión en la web	Selecciona técnicas de mercadotecnia para su implementación en la empresa Mediante el comercio electrónico	Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.	Cuestionarios, exámenes, presentaciones
	5. REGULACIÓN Y ASPECTOS JURÍDICOS 5.1 Regulaciones nacionales e internacional	Concibe la Ley Federal de Protección al consumidor, específicamente el Capítulo VIII bis	Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.	Cuestionarios, exámenes, presentaciones

