



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
CHIHUAHUA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA

CLAVE: 08MSU0017H

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

CLAVE: 08USU4054V

PROGRAMA DEL CURSO

Negocios por Internet

DES: Económico administrativa

Programa(s) Educativo(s): Todos

Tipo de materia: Profesional Obligatoria

Clave de la materia: P303

Semestre: 3°

Área en plan de estudios: Formación Profesional

Créditos: 5

Total de horas por semana: 5

Total de horas semestre: 80

Fecha de actualización curricular: Mayo 2011

Clave y Materia requisito: Ninguna

Fundamentación:

En la actualidad las empresas requieren egresados con conocimientos, competencias, habilidades, destrezas y valores desarrollados en las diferentes áreas funcionales de una organización. Este programa analítico se fundamenta en los resultados obtenidos del Rediseño Curricular (ver documento integral del Rediseño Curricular) y en el Modelo Educativo Basado en Competencias básicas, profesionales y específicas, a través del cual el egresado podrá incorporarse al mercado laboral con mayor facilidad y así contribuir de forma eficiente a las necesidades que la sociedad demande.

Perfil Académico:

Título de licenciatura o ingeniería en el área de tecnologías o afín. Título de maestría deseable. Certificación profesional y/o docente deseable. 3 años de experiencia profesional en el área de tecnologías o área afín a la materia.

Objetivo del Curso:

Analizar los diferentes aspectos del comercio electrónico para establecer un negocio por Internet.

COMPETENCIAS	CONTENIDO	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<ul style="list-style-type: none"> – Uso de la información – Gestión empresarial – Manejo del entorno de la organización 	<p>OBJETO DE ESTUDIO 1 INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO</p> <p>1.1 Antecedentes</p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1.1 Qué es el comercio electrónico 1.1.2 Diferencia entre comercio electrónico y negocios en línea 1.1.3 Características de la tecnología del comercio electrónico 1.1.4 Web 2.0 1.1.5 Tipos de comercio electrónico 1.1.6 Historia del comercio electrónico <p>OBJETO DE ESTUDIO 2</p> <p>2.1 Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1 Evolución de Internet 2.1.2 Redes, intranet, extranet 2.1.3 Protocolo TCP/IP, ipv6 2.1.4 Nombres de dominio (URL) 2.1.5 Computación cliente-servidor, cliente móvil 2.1.6 Computación en la nube 2.1.7 Proveedores de servicio de Internet 2.1.8 Proyecto Internet 2, Internet de las cosas (IoT) <p>2.2 La Web</p>	<p>Identificar los conceptos de tecnología, así como las características y servicios de internet y web que dan soporte al comercio electrónico.</p>

	<p>2.2.1 Hipertexto</p> <p>2.2.2 Servidores y clientes web</p> <p>2.2.3 Navegadores web</p> <p>2.3 Características y servicios</p> <p>2.3.1 Correo electrónico</p> <p>2.3.2 Mensajería</p> <p>2.3.3 Motores de búsqueda</p> <p>2.3.4 Foros y chats en línea</p> <p>2.3.5 Medios de flujo continuo</p> <p>2.3.6 Cookies</p> <p>2.3.7 Características y Servicios de la Web 2.0</p> <p>2.4 Aplicaciones móviles</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 3</p> <p>MODELOS DE NEGOCIOS</p> <p>3.1 Concepto de modelo de negocios</p> <p>3.2 Elementos clave de un modelo de negocios</p> <p>3.3 Modelo de ingresos: por publicidad, suscripción, cuota por transacciones, por ventas, por afiliación.</p> <p>3.4 Modelos B2C: minorista (etailer), proveedor de comunidades, proveedor de contenido, portal, corredor de transacciones, generador de mercado y proveedor de servicios.</p> <p>3.5 Modelos B2B: e-distribuidor, e-procurement (abastecimiento electrónico), mercados de intercambio.</p> <p>3.6 Modelos C2C, P2P y comercio móvil</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 4</p> <p>SEGURIDAD EN LÍNEA Y SISTEMAS DE PAGO</p> <p>4.1 El entorno de seguridad en el comercio electrónico:</p> <p>4.1.1 Alcance del problema</p> <p>4.1.2 ¿Qué es la seguridad efectiva en el comercio electrónico?</p> <p>4.1.3 Dimensiones de seguridad en el comercio electrónico</p> <p>4.1.4 Tensión entre seguridad y otros valores</p> <p>4.2 Amenazas de seguridad</p> <p>4.2.1 Código malicioso</p> <p>4.2.2 Programas potencialmente indeseables</p> <p>4.2.3 Phising y robo de identidad</p> <p>4.2.4 Piratería informática, Vandalismo cibernético, captivismo, filtraciones de datos</p> <p>4.2.5 Fraude y robo con tarjetas de crédito</p> <p>4.2.6 Sitios web de falsificación y spam</p> <p>4.2.7 Ataques de negación de servicios y ataques distribuidos de negación de servicio.</p> <p>4.2.8 Husmeo</p> <p>4.2.9 Ataques internos</p> <p>4.2.10 Aspectos de seguridad (redes sociales, plataformas móviles y nube)</p> <p>4.3 Soluciones tecnológicas</p> <p>4.3.1 Protección de las comunicaciones en Internet</p> <p>4.3.2 Cifrado (Simétrica y clave pública)</p> <p>4.3.3 Certificados digitales</p> <p>4.3.4 Redes privadas virtuales (VPN) y redes inalámbricas (WiFi)*</p> <p>4.3.5 Protección de las redes: firewalls, proxy</p>	<p>Reconocer los modelos de negocios y sus componentes clave en áreas del comercio electrónico.</p> <p>Analizar el alcance de los problemas de crimen y seguridad en el comercio electrónico identificando herramientas para establecer mecanismos.</p>
--	---	---

	<p>4.3.6 Protección de servidores y clientes (software anti-virus)</p> <p>4.4 Sistemas de pago y facturación electrónica</p> <p>4.4.1 Sistemas de pago de comercio electrónico: transacciones de tarjeta de crédito en línea, sistemas alternativos de pago en línea (móviles y efectivo digital)</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 5 ASPECTOS DE PRIVACIDAD EN EL COMERCIO ELECTRONICO (*)</p> <p>5.1 Derechos de autor (en México)</p> <p>5.2 Protección de datos personales (IFAI)</p> <p>5.3 Gobernanza (ver material)</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO 6 LA PLATAFORMA DEL MARKETING DEL COMERCIO DIGITAL: ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS</p> <p>6.1 Herramientas tradicionales de marketing en línea</p> <p>6.2 Marketing en motores de búsqueda</p> <p>6.3 Marketing en anuncios gráficos</p> <p>6.4 Correo electrónico y marketing de permiso</p> <p>6.5 Marketing de afiliados</p> <p>6.6 Marketing de generación de prospectos</p> <p>6.7 Marketing de patrocinio</p> <p>6.8 Marketing social: compartir y participar</p> <p>6.9 Marketing social</p> <p>6.10 Marketing de Twitter</p> <p>6.11 Marketing en blogs</p> <p>6.12 Marketing viral</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO REDES SOCIALES, SUBASTAS Y PORTALES</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN</p> <p>7.1 Iniciativas abiertas (open initiatives)</p> <p>7.2 Iniciativas digitales de México</p> <p>OBJETO DE ESTUDIO DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO DE NEGOCIO</p> <p>8.1 Desarrollo de una tienda virtual (PrestaShop)</p>	<p>Reconocer los principales aspectos éticos, sociales y políticos en el comercio electrónico.</p> <p>Analizar y describir los conceptos básicos de Marketing por internet e identificar las formas de comunicación de marketing en línea.</p> <p>Analizar el concepto de Sociedad de la Información. Analizar la aplicación de una Ciudad Digital y analizar la aplicación del e-Gobierno Crear un negocio electrónico aplicando los conocimientos adquiridos y el uso de herramientas tecnológicas.</p>
--	---	---

OBJETO DE APRENDIZAJE	METODOLOGIA (Estrategias, secuencias, recursos didácticos)	EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción al comercio electrónico 2. Modelos de negocios 3. Seguridad en línea y sistemas de pago 4. Conceptos de marketing 5. Aspectos éticos, sociales y políticos en el comercio electrónico 6. Comercio electrónico en acción 7. Sociedad de la información 	<ul style="list-style-type: none"> -Estudio de casos -Método de proyectos -Expositivo -Trabajo colaborativo -Lluvia de ideas -Estudio de caso -Estudio y trabajo autónomo -Trabajo de campo 	<ul style="list-style-type: none"> -Reportes de trabajos -Participación en clase -Actividades preliminares de desarrollo e integradoras -Presentaciones -Resúmenes -Exposición -Síntesis -Foros

8. Diseño e implementación de un sitio de negocio	-Página web
---	-------------

FUENTES DE INFORMACIÓN	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
Laudon K., Guercio C. e-commerce, negocios, tecnología, sociedad, México, Ed. Prentice Hall	<p>Reconocimiento continuo Criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> Tareas Exposiciones Lecturas <p>1. Reportes de trabajo 2. Participación en clase</p> <p>Reconocimientos Parciales Evidencias (actividades integradoras):</p> <ol style="list-style-type: none"> 3 evaluaciones <p>Reconocimiento integrador final Evidencias:</p> <ol style="list-style-type: none"> Trabajo final Examen final
Elaboración: Laura Piñón Howlet, Nora Robles Lozoya, Orieta Ahumada Erives, Alma Araiza Zapata, Silvia Aguirre Espino, Ana Isabel Ordoñez, Alma Lilia Sapién Aguilar, Karinna Holguín, Víctor Gallegos Cereceres, Carmen Gutiérrez, Patricia Araiza Zapata.	Actualización: Agosto 2014

Avance Programático

UNIDADES DE APRENDIZAJE	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Introducción al comercio electrónico	■	■														
2. Modelos de negocios			■	■												
3. Seguridad en línea y sistemas de pago					■	■										
4. Conceptos de marketing							■	■								
5. Aspectos éticos, sociales y políticos en el comercio electrónico									■	■						
6. Comercio electrónico en acción											■	■				
7. Sociedad de la información													■	■		
8. Diseño e implementación de un sitio de negocio					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■