

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE  
CHIHUAHUA**



Clave: 08MSU0017H  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**



Clave: 08USU4053W  
**PROGRAMA ANALITICO DE LA  
UNIDAD DE APRENDIZAJE:  
COMERCIO ELECTRÓNICO**

<b>DES:</b>	Ingeniería
<b>Programa(s) Educativo(s):</b>	Ingeniería en Tecnología de Procesos.
<b>Tipo de materia:</b>	Optativa
<b>Clave de la materia:</b>	IA990
<b>Semestre:</b>	9
<b>Área en plan de estudios:</b>	Específica
<b>Créditos</b>	4
<b>Total de horas por semana:</b>	4
<b>Teoría:</b>	4
<b>Práctica</b>	
<b>Taller:</b>	
<b>Laboratorio:</b>	
<b>Prácticas complementarias:</b>	
<b>Trabajo extra clase:</b>	
<b>Total de horas semestre:</b>	64
<b>Fecha de actualización:</b>	Diciembre 2018
<b>Materia requisito:</b>	Ninguna

**PROPÓSITO DEL CURSO:**

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 A DESARROLLAR:**

**Competencias específicas:**

**Gestión de la cadena de suministros**

Integra sus funciones al sistema de red de servicios y bienes, para el manejo funcional del conjunto de actividades llevadas a cabo a lo largo del canal de flujo desde los proveedores de materiales, información, procesos de manufactura y logística hasta el usuario final.

DOMINIOS	OBJETOS DE ESTUDIO (Contenidos organizados por temas y subtemas)	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	METODOLOGÍA (ESTRATEGIAS, RECURSOS DIDÁCTICOS, SECUENCIAS DIDÁCTICAS...)	EVIDENCIAS
(E) Lleva a cabo de manera ordenada las actividades asociadas a la selección, compra, programación de producción, procesamiento de órdenes, control de inventarios, transportación, almacenamiento y servicio al cliente.	<b>1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO</b> 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.	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.	Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.	Cuestionarios, exámenes, presentaciones
	<b>2. TENDENCIAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO</b> 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	Valora y analiza las tendencias del comercio actual.  Demuestra la utilidad del Internet para llevar a cabo el comercio electrónico.  Integra las aplicaciones que tiene el comercio electrónico en las PYMES.	Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.	Cuestionarios, exámenes, presentaciones
	<b>3. EL INTERNET Y LA RED: INFRAESTRUCTURA PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO</b> 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

	<p><b>4. TÉCNICAS DE MERCADEO</b></p> <p>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</p>	<p>Selecciona técnicas de mercadotecnia para su implementación en la empresa Mediante el comercio electrónico</p>	<p>Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.</p>	<p>Cuestionarios, exámenes, presentaciones</p>
	<p><b>5. REGULACIÓN Y ASPECTOS JURÍDICOS</b></p> <p>5.1 Regulaciones nacionales e internacional</p>	<p>Concibe la Ley Federal de Protección al consumidor, específicamente el Capítulo VIII bis</p>	<p>Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.</p>	<p>Cuestionarios, exámenes, presentaciones</p>
	<p><b>CASOS PRÁCTICOS</b></p>	<p>Valora el negocio de las diversas empresas existentes a nivel nacional e internacional enfocadas al comercio electrónico para finalmente desarrollar una empresa enfocada al comercio electrónico.</p>	<p>Clase magistral. Asistencia a clases teóricas.</p>	<p>Cuestionarios, exámenes, presentaciones</p>

<p><b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> (Bibliografía, direcciones electrónicas)</p>	<p><b>EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES</b> (Criterios, ponderación e instrumentos)</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Asociación Mexicana de Internet página Web <a href="http://www.amipci.org.mx/">http://www.amipci.org.mx/</a></li> <li>Regulador de estándares de negocios GS1 México "Comercio tradicional en México: La tiendita de la esquina" Junio 2012 página Web <a href="http://www.gs1mexico.org/site/">http://www.gs1mexico.org/site/</a></li> <li>BBC documentales "Revolución virtual –El precio de lo gratuito–" alojado en la página <a href="http://www.youtube.com/">http://www.youtube.com/</a></li> <li>E-Business Global Conference "Casos prácticos de E-Business para ser competitivo" página Web <a href="http://www.ibgconference.com/">http://www.ibgconference.com/</a></li> </ol>	<p>Se toma en cuenta para integrar calificaciones parciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3 exámenes parciales resueltos en la plataforma donde se evalúa conocimientos, comprensión y aplicación. Con un valor del 30%, 30% y 40% respectivamente</li> </ul> <p>La acreditación del curso se integra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Exámenes parciales:</li> <li>Trabajos extra clase tales como: cuestionarios, resúmenes, participación en exposiciones, discusión individual, ejercicios en la plataforma, antologías, mapa mental.</li> </ul>



