

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ÁREA MULTIMEDIA Y COMERCIO ELECTRÓNICO.

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	Comercio electrónico.
2. Competencias	Desarrollar y gestionar un sitio de comercio electrónico a través de aplicaciones web; para contribuir al desarrollo de la organización.
3. Cuatrimestre	Cuarto
4. Horas Prácticas	65
5. Horas Teóricas	25
6. Horas Totales	90
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	6
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno elaborará un plan de negocios para desarrollar un sitio de comercio electrónico.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Fundamentos de comercio electrónico	15	10	25
II. Plan de negocios orientado a comercio electrónico	15	5	20
III. El sitio de comercio electrónico	35	10	45
Totales	65	25	90

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I. Fundamentos de comercio electrónico.
2. Horas Prácticas	15
3. Horas Teóricas	10
4. Horas Totales	25
5. Objetivo	El alumno desarrollará una propuesta del sitio de comercio electrónico documentada para la comercialización de productos.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Modelos de negocio de Comercio Electrónico	Identificar los tipos de modelos de negocio de comercio electrónico, Subastas y Compra en línea.	Seleccionar el modelo de negocio de comercio electrónico adecuado según su intención.	Propositivo Analítico Creativo Responsable
Tipos de comercio electrónico	Identificar los tipos de comercio electrónico: – B2B – B2C – C2C	Determinar el tipo de comercio electrónico con base en el modelo de negocio.	Propositivo Analítico Creativo Responsable Autodidacta Persuasivo
Requerimientos del comercio electrónico	Reconocer los elementos para el comercio electrónico como: – Proveedores – Hospedaje – Correo Electrónico – Dominios – Transacciones bancarias	Establecer los requerimientos mínimos de comercio electrónico.	Trabajo en Equipo Ético Analítico Propositivo Proactivo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Marco legal del comercio electrónico	Identificar el Marco legal del comercio electrónico.	Determinar las normas de legislación nacionales e internacionales aplicables al sitio de comercio electrónico.	Hábil para el Trabajo en Equipo Ético Analítico Propositivo Proactivo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Entregará un documento con la propuesta del sitio de comercio electrónico con base en un caso práctico, que incluya: • Justificación el modelo de negocio. • tipo de comercio electrónico, requerimientos mínimos y legislaciones aplicables.	1. Identificar los modelos de negocio y tipos de comercio electrónico. 2. Comprender los requerimientos mínimos de un sitio de comercio electrónico. 3. Analizar las legislaciones aplicables al sitio de comercio electrónico.	Estudios de casos Lista de cotejo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Discusión en grupo guiada Equipos colaborativos	PC con acceso a Internet Cañón Pantalla Pintarrón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	II. Plan de negocios orientado a comercio electrónico.
2. Horas Prácticas	15
3. Horas Teóricas	5
4. Horas Totales	20
5. Objetivo	El alumno manejará un administrador de contenidos para integrar los elementos requeridos en un sitio de comercio electrónico.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Fundamentos del plan de negocios	Identificar los elementos del plan de negocios orientado a Internet.		Analítico Responsable Autodidacta Sistemático
Secciones del plan de negocios	Identificar las secciones del plan de negocios (Resumen ejecutivo, Competencia, mercado, productos, servicios, operaciones, administración financiera y comercio electrónico).	Elaborar la sección de comercio electrónico del plan de negocios.	Propositivo Proactivo Creativo Responsable Sistemático Hábil para el trabajo en equipo Ético

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Entregará el plan de negocios con base en un caso que incluya: • Resumen ejecutivo • Datos de la compañía • Propósito • Requerimientos financieros • Comercio electrónico • Naturaleza del negocio • Antecedentes de la compañía • Retos del mercado • Oportunidades del mercado • Perfil del cliente • Antecedentes del mercado • Implementación del producto o servicio	1. Identificar las características de un plan de negocios. 2. Analizar los elementos que conforman las secciones de un plan de negocios orientado a Internet. 3. Elaborar la sección de comercio electrónico del plan de negocios.	Estudio de casos Lista de cotejo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Trabajos de investigación Equipos colaborativos	PC con acceso a Internet Cañón Pantalla Pintarrón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	III. El sitio de comercio electrónico.
2. Horas Prácticas	35
3. Horas Teóricas	10
4. Horas Totales	45
5. Objetivo	El alumno manejará un administrador de contenidos para integrar los elementos requeridos en un sitio de comercio electrónico.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Administrador de contenidos	Identificar de tipos de administrador de contenidos. Identificar los requerimientos para instalar un administrador de contenidos.	Instalar un administrador de contenidos.	Propositivo Analítico Creativo Sistemático Ético Hábil para el Trabajo en Equipo
Conformación del sitio de comercio electrónico	Reconocer los elementos que componen el sitio de comercio electrónico y el administrador de contenidos. Identificar el proceso para incorporar elementos en un administrador de contenidos.	Integrar los elementos (imágenes, forma de pago, animaciones, carrito de compras, catálogo de productos, formularios, base de datos) de un sitio de comercio electrónico en el administrador de contenidos con base al modelado de proceso del negocio.	Propositivo Analítico Creativo Sistemático Ético Hábil para el Trabajo en Equipo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Entregará en medio electrónico un sitio de comercio electrónico que incluya: • Imágenes • Forma de pago • Animaciones • Carrito de compras • Catálogo de productos • Formularios • Base de datos • URL el sitio de comercio electrónico	1. Identificar los tipos de administradores de contenidos. 2. Comprender la técnica de instalación del administrador de contenidos. 3. Reconocer los elementos del sitio de comercio electrónico y el entorno del administrador de contenido.	Ejecución de tareas Lista de verificación

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Práctica en laboratorio Trabajos de investigación Equipos colaborativos	PC con acceso a Internet Cañón Pantalla y Pintarrón Administrador de contenido Servidor WEB, de aplicaciones y base de datos

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Evaluar el proceso de ventas de la organización empleando técnicas de recolección y análisis de información, para determinar la viabilidad del proyecto de comercio electrónico.	a) Presenta un reporte del proceso de ventas que incluye: – Evidencia de recolección de información (entrevista, cuestionario, encuesta, etc.) – Integración del análisis FODA con enfoque en el proceso de ventas. – Infraestructura informática de la empresa – Dictamen de viabilidad.
Instalar el sitio de comercio electrónico mediante el alojamiento y configuración en el servidor para garantizar su accesibilidad y operatividad.	b) Muestra el Sitio Web una vez que ha sido alojado y configurado en el servidor, demostrando la ejecución correcta de: – Elementos multimedia – Base de Datos – Ejecución de transacciones – Seguridad

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

COMERCIO ELECTRÓNICO

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Duran Heras, Alfonso; Gutiérrez Casas Gil, Sánchez Chaparro, Teresa	(2001)	<i>La logística y el comercio Electrónico</i>	Madrid	España	McGraw Hill/Interamericana de España
Kenneth C., Laudon; Guercio Traver, Carol	(2007)	<i>E-commerce: business. technology. society.</i>	Washington	Estados Unidos	Prentice Hall
Rodríguez Ardura, Inmaculada	(2002)	<i>Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información</i>	Madrid	España	Pirámide
Vázquez Iruzubieta, Carlos	(2002)	<i>Comercio Electrónico, Firma Electrónica y Servidores: Comentarios y Anexo Legislativo</i>	Madrid	España	Dijusa

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009