

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Comercio Electrónico
Clave de la asignatura:	1-3-4
SATCA¹:	NEQ-1706
Carrera:	Licenciatura en Administración

2. Presentación

Caracterización de la asignatura
El programa de la asignatura de Comercio Electrónico, está diseñado para contribuir en la formación integral de los estudiantes del Tecnológico Nacional de México desarrollando las competencias profesionales que se utilizarán para el aprendizaje conceptual, procedimental y actitudinal contenidos en los planes de estudio de la carrera. El presente entorno global necesita profesionistas competitivos, capaces de crear, dirigir e innovar las organizaciones basados en sus conocimientos y habilidades. Seres con ética profesional y humana, así como responsabilidad social con el desafío de innovar permanentemente, empleando las tecnologías de la información. La informática es una herramienta que habilita al Licenciado en Administración con especialidad en Negocios Internacionales para analizar y explicar la realidad, transformarla y descubrir áreas de oportunidad en los ámbitos sociales en donde desarrollará su vida profesional y proponer soluciones interdisciplinarias, holísticas y colaborativas con fundamento en las ciencias básicas, la ética y la sustentabilidad. Esta asignatura se ubica en el módulo de especialidad cuya finalidad es integrar competencias de las Tecnologías de la información y Comunicación en el proceso de formación profesional durante la carrera, además de tener implicaciones no sólo para aprender conceptos científicos y tecnológicos, sino también, para configurar actitudes y valores de compromiso humano y social inherentes a su práctica profesional. Comercio electrónico tiene relación con las siguientes asignaturas: Informática para la administración, Derecho Empresarial y Mercadotecnia Internacional
Intención didáctica
El docente de esta asignatura debe propiciar actividades orientadas a la búsqueda, selección y análisis de información así como proporcionar escenarios de aprendizaje significativo en los estudiantes, en donde puedan relacionar y aplicar los conocimientos aportados por las asignaturas precedentes y paralelas, integrando los aprendizajes hacia la consolidación de su perfil profesional. En el transcurso de las actividades programadas es muy importante que el estudiante aprenda a valorar las actividades que lleva a cabo y entienda que está construyendo su hacer futuro y en consecuencia actúe de una manera profesional. De igual manera es necesario que aprecie la importancia del conocimiento y los hábitos de trabajo; desarrolle la precisión, la puntualidad, el entusiasmo, el interés,

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos

la tenacidad, y la flexibilidad. Es necesario que el docente ponga atención y cuidado en estos aspectos en el desarrollo de las actividades de aprendizaje de esta asignatura.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Bahía de Banderas, Nayarit. Mayo 2017	Instituto Tecnológico de Chihuahua. Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas.	Revisiones: Instituto Tecnológico de Chihuahua, Febrero-Junio 2012. Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas, Enero-Junio 2013 Instituto Tecnológico de Bahía de Banderas, Enero-Junio 2017 Taller "Integración del módulo de especialidad de Licenciatura en Administración", Diciembre 2016. Reuniones de la Academia de Ciencias Económico-Administrativas para el Diseño de la Especialidad del programa educativo de Licenciatura en Administración. Se analizó y mejoró la redacción de las competencias, de la caracterización de la asignatura, la intención didáctica, las competencias previas, sugerencias didácticas, de evaluación y las fuentes de información.

4. Competencia(s) a desarrollar

Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Domina los conocimientos informáticos básicos necesarios para la actividad empresarial ligada al comercio electrónico, tratando de hacerlo desde una perspectiva eminentemente práctica y adaptada a la realidad.

5. Competencias previas

• Planear, organizar y desarrollar procesos administrativos para gestionar recursos en la organización. • Definir y aplicar estrategias de desarrollo organizacional para organizar, dirigir y gestionar las compras y aprovisionamiento de una organización. • Poseer conocimientos básicos informáticos necesarios para la actividad empresarial ligada al comercio electrónico.
--

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1.	Conceptos Básicos	1.1. Concepto y tipología. 1.2. El intercambio electrónico de datos (EDI). 1.3. El comercio electrónico entre empresas (B2B). 1.4. El comercio electrónico empresa consumidor (B2C): Ventajas y obstáculos a su desarrollo. 1.5. Modelos de negocio en el comercio electrónico. 1.6. Estrategias de Mercadotecnia Inversión y costos en la Web (Market Place).
2	La Promoción de la Web Site	2.1. Distintas formas de promocionar la web 2.2. Buscadores y Directorios 2.3. El uso de banners. 2.4. Otras formas de promoción: las comunidades. 2.5. El control de accesos: Contadores y Estadísticas
3	Seguridad	3.1. Seguridad y Criptografía. 3.2. Criptografía simétrica y asimétrica. 3.3. Requisitos de un sistema seguro. 3.4. Tendencias de ciber delitos 3.5. Certificados y autoridades de certificación. 3.6. Validez de documentos electrónicos: la firma electrónica. 3.7. Medios de pago on-line. 3.8. Los sellos de confianza y el cifrado de mensajes.
4	Ley de Comercio Electrónico	4.1. Aspectos éticos, sociales 4.2. Tipos de protección. 4.3. Tipos de abuso de marcas registradas. 4.4. Legislación de comercio electrónico. 4.5. Ley de Comercio Electrónico, firmas y mensajes de datos. 4.6. Disposiciones Generales. 4.7. Disposiciones Transitorias y finales.



--	--	--

7. Actividades de aprendizaje de los temas

1. Conceptos Básicos	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Identifica los conceptos básicos del comercio electrónico, con la finalidad de comprender su significado. Genéricas: • Capacidad de análisis y síntesis. • Habilidades de gestión de información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas). • Capacidad de aprender.	• Realiza exposiciones del contenido temático. • Investiga las ventajas y desventajas del comercio electrónico en sus distintas modalidades de los micros y medianos empresarios del entorno. • Compara los conceptos.
2. La Promoción de la Web Site	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Opera las distintas formas de promocionar la web, así como los controles de accesos: contadores y estadísticas. Genéricas: • Capacidad de análisis y síntesis. • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. • Habilidades de investigación.	• Investiga las características predominantes de los consumidores en línea (consumidores finales y organizaciones). • Define el comportamiento del consumidor en línea y clarificar el proceso de decisión de compra. • Elabora un cuestionario formal y aplicar a una muestra de consumidores en línea para recabar información sobre: atributos y su índice de importancia, conciencia y patrones de uso, actitudes hacia el comercio electrónico y características de los encuestados. • Identifica las características del mercado electrónico y en base a ello formar segmentos de mercado.
3. Seguridad.	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Identifica las diferentes formas de seguridad y criptografía, así como de certificados y autoridad con el fin de evitar los ciber delitos de	• Investiga conceptos básicos.

acuerdo a sus implicaciones en el comercio electrónico. Genéricas: • Habilidades de gestión de información(habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas) • Habilidad para trabajar en forma autónoma • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).	• Realiza lecturas referentes a ciber delitos, seguridad y tipografía. • Elabora y resuelve casos prácticos.
4. Ley de Comercio Electrónico	
Competencias	Actividades de aprendizaje
Específica(s): Aplica el marco legal existente en materia del uso de la red mundial y las necesidades de normar la actividad comercial en línea. Genéricas: • Capacidad de análisis y síntesis • Solución de problemas • Habilidades de investigación • Capacidad de aprender	• Investiga conceptos básicos. • Realiza lecturas relacionadas al marco legal. • Análisis de casos.

8. Práctica(s)

- Identificar ciber empresas con la finalidad de retroalimentar la experiencia del empresariado mexicano. - Realizar entrevistas informales e integrar grupos de debate con los consumidores para identificar sus necesidades. - Realizar una investigación de mercados en línea. - Elaborar proceso de decisión de compra del consumidor.

- Segmentar el mercado y generar estrategias de posicionamiento.
- Ejemplificar los distintos tipos de comercio electrónico.
- Realizar la configuración del modelo de negocios para un producto o servicio.
- Diseñar una estrategia de mercadotecnia para comercio electrónico.
- Analizar casos que ejemplifiquen los riesgos y tendencias de los ciber delitos.
- Generar soluciones para la protección de comunicaciones en Internet

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitario, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

10. Evaluación por competencias

- Cuestionarios.
- Guías de observación.
- Rúbricas
- Listas de cotejo.

11. Fuentes de información

1. Cohen, K., Lares, D. A. E. (2005). *Sistemas de información para los negocios*. 4ª ed. México: McGraw Hill.
2. Escribano, A. J. (2011). *Vender en internet. Las claves del éxito*. México. Anaya multimedia. 336 pp.
3. Fonseca, A. S. (2014). *Fundamentos del e-commerce: Tu guía de comercio electrónico y negocios online*. Lulu Enterprise Inc.
4. Gnazzo, L. E., Ledezma, C. A., Domínguez, M. (2007) *Gestión de los negocios internacionales*. México: Pearson Prentice Hall.
5. Laudon, K. C., y Guercio, T. C. (2013). *E-commerce 2013: Negocios, tecnología y sociedad*. 9ª ed. México: Pearson Educación.
6. Liberos, García, Gil, Merino. (2011). *El libro del comercio electrónico (libros profesionales)*. 2ª ed. España: ESIC. 395 pp.
7. Liberos, García, Gil, Somalo. (2010). *El libro del comercio electrónico. EL EXPORTADOR*. 2ª ed. México: ESIC.
8. Rodríguez, A. I. (2008). *Marketing. Com y comercio electrónico en la sociedad de la información (marketing setorial)*. 3ª ed. México: Pirámide. 416 pp.
9. Tarazona, G. M., Gómez, M., & Montenegro, C. E. (2012). *Buenas prácticas para implementación del comercio electrónico en pymes*. Visión Electrónica, 2012-12-01 Volumen:6, Año:2 pág: 31–45
10. Torres Amaya, E. (2007). *Implicaciones de la logística en el comercio electrónico sobre la satisfacción del cliente final interactivo*. Télématique, vol. 6, núm. 1, 2007, pp. 208-223
11. Puentes Calvo, J. F., & Calvo, J. F. P. (2009). *Principios de seguridad en el comercio electrónico* RA-MA S.A. Editorial y Publicaciones.

Internet:

<http://www.amipci.org.mx/>

https://www.profeco.gob.mx/juridico/pdf/I_lfpc_ultimo_CamDip.pdf

https://www.profeco.gob.mx/ecomercio/ecomercio_anexo.asp