



**Universidad Autónoma Chapingo**  
Subdirección de Planes y Programas de Estudio



## **Programa de asignatura**

---

### **Negocios Electrónicos**

**bajo el enfoque por competencias.**

---

*jueves, 17 de julio de 2014*

---



### I. Datos Generales de la Asignatura

<b>Unidad Académica</b>		<b>Programa Educativo</b>		<b>Área Académica</b>		<b>Año - Semestre</b>	
División de Ciencias Económico Administrativas (DICEA)		Licenciatura en Comercio Internacional (LCI)		Comercio Internacional y Finanzas		7° año- Segundo semestre.	
<b>Clave</b>	<b>Denominación de la Asignatura</b>			<b>Fecha de Elaboración</b>	<b>Fecha de Aprobación</b>	<b>Fecha de Revisión</b>	
	Negocios Electrónicos			Junio, 2014			
<b>Área de conocimiento</b>		Comercio Internacional y Finanzas					
<b>Responsable del Programa:</b>							
<b>Distribución de horas formativas</b>							
<b>Horas Semanales</b>				<b>Horas Semestrales</b>			<b>Créditos Totales</b>
<b>Teoría</b>	<b>Práctica</b>	<b>Viaje de Estudios</b>	<b>Trabajo independiente</b>	<b>Teoría</b>	<b>Práctica</b>	<b>Totales</b>	
3.0	1.5	0.0	2.25	48	24	72	6.75
<b>Nivel</b>		<b>Carácter</b>		<b>Tipo</b>		<b>Modalidad</b>	
<b>Medio Superior</b>		( )	Obligatoria	( X )	Teórico	( )	Presencial ( X )
<b>Licenciatura</b>		( X )	Optativa	( )	Práctico	( )	Mixto ( )
<b>Posgrado</b>		( )	Electiva	( )	Teórico-Práctico	( X )	En Línea ( )
<b>Contextualización de la asignatura (módulo, disciplina, unidades de competencia):</b>							



Con el vertiginoso avance de las tecnologías de la comunicación y la información a alcanzado a la mayor parte de los sectores del conocimiento y, en el caso de las áreas económico administrativas, estas han utilizado al internet como un catalizador en el estilo de relación que se establece entre las empresas, los consumidores y el estado. Esta amplitud de posibilidades ha permitido capitalizar a los negocios electrónicos, las operaciones virtuales y, con ello, las formas de vinculación de las organizaciones con diversos agentes del fenómeno comercial y productivo.

Teniendo una población de nativos tecnológicos es necesario impartir la asignatura de Negocios Electrónicos se ubica en el séptimo año segundo semestre de la Licenciatura en Comercio Internacional, pertenece al área de conocimiento de Comercio Internacional y Finanzas pues se busca formar a los estudiantes en un enfoque por competencias a partir del aprendizaje por proyectos y el aprendizaje basado en la solución de problemas.

Los negocios electrónicos permitirán generar una mayor cultura informática al mismo tiempo que aportan información y conocimientos sobre su impacto en los negocios y sobre todo, en los aspectos sistémicos de la relación entre los agentes; por ello, esta asignatura tiene relación horizontal con la asignatura La Negociación Empresarial en los Negocios Internacionales, Negocios Internacionales y Tratados Comerciales de México y a su vez de manera vertical con Ingeniería de los Procesos de Importación y Exportación, Mercadotecnia e Imagen Corporativa, Investigación de Mercados, Mercadotecnia Internacional, Planeación Estratégica, Diseño y Evaluación de Planes de Negocios Internacionales, Promoción internacional y Contratación y Formas de Pago Internacional así como con el área de orientación de Agro Negocios y Negocios Internacionales, tales como La Cultura en los Negocios Internacional, Dirección de Marketing, Calidad, Negocios de Productos Agrícolas y Negocios de Productos Pecuarios.



## II. Propósito y Competencia (s) académica (s) de la asignatura

### Propósito General

Diseñar negocios electrónicos, mediante el desarrollo de software especializado, para implementar plataformas virtuales con base en las necesidades de la empresa y ser competitivos empresarialmente.

### Competencias genéricas

- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC's) en las organizaciones, para responder de forma pertinente a las condiciones de la competencia y disposición a los cambios tecnológicos.
- Capacidad creativa y emprendedora, para el diseño de negocios electrónicos con base en el desarrollo de las nuevas tecnologías.

### Competencias profesionales

- Diseñar y promocionar empresas virtuales.
- Dominar software especializados aplicados a los negocios internacionales.

### Competencias específicas

- Manejar software especializado aplicado a los negocios internacionales.
- Manejar tecnología de información y comunicación aplicables al comercio electrónico.
- Desarrollar una visión estratégica de los negocios internacionales.



### III. Evidencias Generales de Desempeño

Productos o evidencias Generales	Estrategias y Criterios Generales de Evaluación del Desempeño
<p><b>PRODUCTO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Reportes de lectura</li><li>• Ensayos</li><li>• Análisis escrito de artículos afines a la asignatura</li><li>• Exposiciones</li><li>• Investigación documental/campo reportada</li><li>• Notas de clase</li><li>• Cuadro comparativo</li><li>• Simulacros</li><li>• Informe escrito/digital de proyectos.</li><li>• Exámenes orales y/o escritos</li><li>• Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos.</li></ul> <p><b>DESEMPEÑO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Observaciones por parte del docente en la realización de las actividades</li><li>• Autoapreciaciones respecto al propio desempeño</li></ul>	<p><b>ESTRATEGIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rubrica</li><li>• Lista de cotejo</li><li>• Participación</li><li>• Análisis de caso</li><li>• Aprendizaje Basado en la solución de Problemas</li><li>• Proyecto integrador con lineamientos y criterios establecidos</li></ul> <p><b>CRITERIOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>FORMA:</b> Estructura, coherencia, claridad, gramática, organización, los tiempos de entrega, seguimiento del formato establecido, creatividad, involucramiento y participación.</li><li>• <b>CONTENIDO (DE FONDO):</b> calidad y organización de la información, establecimiento de los objetivos, los recursos utilizados, las propuestas de soluciones, el cronograma, la puntualidad, las destrezas sociales, las contribuciones, las fuentes de información utilizadas, la creatividad, las conclusiones, la correcta utilización de citas y referencias bibliográficas, la argumentación..</li></ul>



### IV. Estructura Básica del programa

UNIDAD DE APRENDIZAJE No 1		CONCEPTOS INTRODUCTORIOS	
Horas Teoría		3.0	
Horas Práctica		1.5	
<b>Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:</b>			
Proporcionar los conceptos introductorios para explicar las generalidades de los negocios electrónicos en el contexto actual por medio de la operación de los mismos			
<b>Contenido de la Unidad de Aprendizaje</b>			
<b>Elementos de la Competencia</b>			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
1.1 Conceptos sobre negocios electrónicos		Interpreta los conceptos relacionados con los negocios electrónicos.	Críticamente y por medio de acciones responsables
1.1.1 E-commerce			
1.1.2 E- business			
1.1.3 M-commerce			
1.1.4 M-business			
1.1.5 Customer Relationship Management			
1.1.6 Suply Chain Managemeny			



1.1.7 E- procurement		
1.1.8 Knowledge Management		
1.1.9 Marketing electrónico		
1.2 Importancia del diseño y desarrollo de los negocios electrónicos.	Reconoce la importancia del diseño y desarrollo de los negocios electrónicos	Valorando la importancia del impacto en el contexto.
1.3 Retorno de la inversión en los negocios electrónicos	Identifica el retorno de la inversión en los negocios electrónicos.	Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Clases Magistrales Mediación en la realización de trabajos de investigación Aprendizaje basado en la solución de problemas (ABP) Trabajo integrador: Diseño de un negocio electrónico	Toma de notas correspondiente a cada clase. Establecimiento del objetivo de la tarea y establecimiento de las fuentes de información. Lluvia de ideas Trabajo colaborativo en equipo Diálogos y conversatorios Análisis escrito: lo que conozco, lo que desconozco, lo necesario Informe escrito: avances del trabajo integrador	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	



# Universidad Autónoma Chapingo

## División de Ciencias Económico Administrativas



Notas escritas

Redacciones parciales de cada paso de la actividad

Informe final de ABP

Trabajo integrador escrito

Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

**Actividades Prácticas:** Conversatorio

**Título de la Práctica** Ideando mi empresa electrónica

**Propósito** identificar los elementos necesarios para la creación de una empresa electrónica a partir de investigación documental y de campo para diseñar un plan de negocios.

**Duración** 1.5





UNIDAD DE APRENDIZAJE No 2		EMPRESA DIGITAL: INTERNET, E-BUSINESS & E-COMMERCE	
Horas Teoría		12.0	
Horas Práctica		3.0	
<b>Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:</b>			
Explicar los elementos clave de la empresa digital por medio del internet, e bussines y e commerce para su correcta aplicación en los negocios internacionales			
<b>Contenido de la Unidad de Aprendizaje</b>			
<b>Elementos de la Competencia</b>			
Conocimientos		Habilidades	Actitudes y valores
2.1 Un nuevo modelo de empresa: empresa digital		Define la empresa digital como nuevo modelo de empresa.	Participa en el análisis del contexto de manera propositiva
2.1.1 Definición de empresa digital			
2.1.2 Cambio de paradigmas			
2.2 La empresa digital como forma organizativa eficiente		Distingue modelo de la empresa digital como forma organizativa eficiente.	En un marco de tolerancia y negociación
2.3 Análisis FODA digital de la empresa		Analiza las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa digital.	Asumiendo una postura emprendedora y competitiva
2.4 Jerarquías en la web		Clasifica las jerarquías en la web, los tipos y modelos de negocios de internet.	Cimentando una interacción ética con su entorno.
2.4.1 Sitio web			
2.4.2 Shopping virtual			



<p>2.4.3 Portal</p> <p>2.5 Tipos de presencia empresarial en internet</p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.5.1 Web de Marketing</li><li>2.5.2 Etapa del E-commerce</li><li>2.5.3 Desarrollo de e-business</li></ul> <p>2.6 Modelos de negocios en internet</p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.6.1 B2B</li><li>2.6.2 B2C</li><li>2.6.3 C2B</li><li>2.6.4 C2C</li><li>2.6.5 B2I</li><li>2.6.6 G2C</li><li>2.6.7 B2E</li></ul> <p>2.7 Matriz del e-commerce</p> <p>2.8 Efectos de internet sobre la forma de hacer negocios</p> <p>2.9 Clasificación de las empresas en la era digital</p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.9.1 Bricks and Clics</li></ul>	<p>Determina la matriz del comercio electrónico. Infiere los efectos del internet en los negocios electrónicos.</p> <p>Identifica la clasificación de las empresas en la era digital.</p>	<p>De manera crítica y por medio de acciones responsables en el ámbito económico comercial</p>
--	---	--



2.9.2 Pure Plays			
2.10 Selección del nombre de dominio	Selecciona el nombre de dominio y los nuevos dominios en los negocios electrónicos.	Desarrolla empatía y tolerancia al trabajar de manera colaborativa con otros.	
2.11 Nuevos dominios temáticos			
2.12 El desafío de la integración en el e-business	Reconoce los niveles de integración en los negocios electrónicos.	De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto	
2.12.1 Niveles de integración			
2.13 Ejemplos de empresas digitales	Ejemplifica empresas digitales.	Su correcto manejo conforme a las normas establecidas	
<b>Materiales y recursos a utilizar</b>			
<b>Didácticos</b>		<b>Tecnológicos, informáticos y de comunicación</b>	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.		Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
<b>Estrategias de enseñanza</b>		<b>Actividades de aprendizaje</b>	
Clases magistrales Método de proyectos Preguntas guía Mediación pedagógica Acompañamiento en la elaboración del producto Lluvia de ideas Reportes de lectura		Toma de notas Definición de metas u objetivos Planeación Investigación y búsqueda de la información Piloteo de soluciones Revisión y corrección de los detalles Presentación	
<b>Evidencias de Desempeño</b>			
<b>Productos o evidencias de desempeño</b>		<b>Criterios de Evaluación del Desempeño</b>	
Notas escritas		Del proyecto: duración, complejidad, tecnología a emplear,	



Cuadros comparativos

Línea de tiempo

Informe escrito: avances de la creación del negocio electrónico

alcance, apoyo, creatividad, organización y manejo de la información.

Entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.

### Actividades Prácticas

**Título de la Práctica:** Generalidades de los negocios electrónicos: internet, e-business & e-commerce

**Propósito:** Elaborar un plan de negocios electrónico para un escenario económico real a partir de integrar de los contenidos revisados.

**Duración 3.0**



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 3	E-BUSINESS & E-COMMERCE
Horas Teoría	12.0
Horas Práctica	3.0

### Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:

Identificar la estructura de e-business & e-commerce a partir de los conocimientos adquiridos para su correcta aplicación en los negocios electrónicos.

### Contenido de la Unidad de Aprendizaje

#### Elementos de la Competencia

Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
3.1 E-business	Conceptualiza la definición de negocios electrónicos, y los principios de los mismos.	Compartiendo sus ideas de manera respetuosa
3.1.1 Concepto de e-business		
3.1.2 La nueva realidad competitiva internacional		
3.1.3 La importancia de la lealtad del cliente		
3.1.4 Los ocho principios esenciales del e-bussines		
3.1.5 ¿Cómo convertirse en e-business?	Determina cómo convertirse a los negocios electrónicos.	Con una visión emprendedora.
3.1.6 Los nueve problemas del e-business	Identifica los nueve problemas del e-business. Descubre las perspectivas de México	En un marco de responsabilidad sociocultural Aplicándolas de manera creativa y



<p>3.2 E-commerce</p> <p>3.2.1 Perspectivas en México sobre e-commerce</p> <p>3.2.2 Ventajas y desventajas del comercio electrónico</p> <p>3.2.3 Factores de éxito del comercio electrónico</p> <p>3.2.4 Los diez mandamientos del e-commerce</p> <p>3.2.5 Conceptos básicos de marketing (of-line &amp; on-line)</p> <p>3.2.6 Características de los nuevos mercados</p> <p>3.2.7 Nuevos formatos publicitarios</p> <p>3.2.8 Estrategias de marketing y ventas electrónico</p> <p>3.2.9 Barreras del comercio electrónico</p> <p>3.2.10 Tendencias de crecimiento y uso del e-commerce</p>	<p>sobre el comercio electrónico, así como las ventajas y desventajas del mismo.</p> <p>Identifica los factores de éxito del e-commerce.</p> <p>Conceptualiza los diez mandamientos del comercio electrónico y los conceptos básicos de marketing en este contexto.</p> <p>Distingue las características, y los formatos de los nuevos mercados.</p> <p>Determina las estrategias del marketing y ventas electrónicas; así como las barreras del e-commerce.</p> <p>Examina las tendencias del crecimiento y el uso del comercio electrónico.</p>	<p>responsable con el entorno y el contexto</p> <p>Aplicando el conocimiento de manera honesta y conforme a las normas establecidas.</p> <p>Desde un marco competitivo y exitoso.</p> <p>Para adoptar una posición leal ante la competencia.</p> <p>Que le permitirán interactuar de manera ética con su entorno.</p> <p>Muestra una actitud propositiva al elegir los métodos idóneos</p>
---	---	--



<p>3.3 Diferencias entre el E-commerce y el E-business</p> <p>3.4 La estrategia del e-commerce y e-business en el modelo de negocios</p> <p>1.3.1 Benchmarking</p>	<p>Diferencia entre comercio electrónico y negocios electrónicos.</p> <p>Establece las estrategias del comercio y negocio electrónico.</p>	<p>Participa en el análisis y comparte sus ideas de manera respetuosa.</p> <p>Valora la importancia de las tendencias y su impacto en el contexto.</p>
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
<p>Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	<p>Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
<p>Clases Magistrales</p> <p>Análisis de casos</p> <p>Aprendizaje por investigación dirigida</p> <p>Dirección del proyecto integrador</p>	<p>Toma de notas</p> <p>Análisis de casos</p> <p>Trabajo cooperativo en grupo</p> <p>Estructuración de la investigación</p> <p>Aplicación del conocimiento consolidado a nuevas situaciones</p>	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
<p>Notas escritas</p> <p>Reporte escrito sobre el análisis de casos: crítica o aporte</p> <p>Avances parciales escritos</p> <p>Informe escrito del proyecto integrador</p> <p>Reportes de lectura</p>	<p>Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral de la información así como involucramiento y participación.</p>	



# Universidad Autónoma Chapingo

## *División de Ciencias Económico Administrativas*



### **Actividades Prácticas**

**Título de la Práctica:** Planeamiento: e-business & e-commerce

**Propósito:** Exponer la importancia del e-business & e-commerce en el plan de negocios electrónico para la correcta creación de una empresa a partir de las competencias adquiridas.

**Duración 3.0**





UNIDAD DE APRENDIZAJE No 4		M-COMMERCE & M-BUSINESS
Horas Teoría		4.5
Horas Práctica		4.5
<b>Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:</b>		
Explicar los conceptos generales de m-commerce & m-business a partir de desarrollar estrategias para la creación y establecimiento de negocios electrónicos		
<b>Contenido de la Unidad de Aprendizaje</b>		
<b>Elementos de la Competencia</b>		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
4.1 M-Commerce 4.1.1 Concepto del m-commerce 4.1.2 La aparición del m-commerce 4.1.3 La aplicación del móvil al marketing: Marketing one to one 4.1.4 Nuevas oportunidades de negocio 4.1.5 El m-commerce como	Interpreta el concepto de m-commerce y reconoce su aparición en el mundo.  Determina la aplicación del marketing one to one; así como nuevas oportunidades de negocio y medios de pago del m-commerce.	Participa de manera óptima en el trabajo colaborativo.  Valorando el impacto de su aplicación en la economía mundial.



<p>medio de pago</p> <p>4.2 M-Business</p> <p>4.2.1 Concepto de m-business</p> <p>4.2.2 Etapas del M-business</p> <p>4.2.3 Ventajas del m-business</p> <p>4.2.4 Ejemplos de m-business</p>	<p>Interpreta el concepto de m-business; así como las etapas y ventajas del mismo.</p> <p>Ejemplifica casos de m-business.</p>	<p>De manera activa en una perspectiva de ganar-ganar</p>
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
<p>Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	<p>Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.</p>	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
<p>Clases magistrales</p> <p>Mediación pedagógica</p> <p>Proyecto integrador</p>	<p>Ensayo</p> <p>Realización de bocetos</p> <p>Exhibiciones</p> <p>Proyecto integrador: versión final escrita</p>	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
<p>Notas escritas</p> <p>Explicación verbal</p> <p>Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas</p> <p>Ejercicios escritos de simulación</p>	<p>Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.</p>	
Actividades Prácticas		



# Universidad Autónoma Chapingo

*División de Ciencias Económico Administrativas*



**Título de la Práctica: M-COMMERCE & M-BUSINESS**

**Propósito:** Exponer el plan elegido a partir del m-commerce & m-business para la empresa que se está creando.

**Duración 4.5**





dominios en internet		
5.5 Privacidad		
5.6 Contenidos de la web		
5.7 Normativa europea, estadounidense y asiática.		
Materiales y recursos a utilizar		
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación	
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje	
Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador	Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita	
Evidencias de Desempeño		
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño	
Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, e entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.	



## **Actividades Prácticas**

**Título de la Práctica:** Aspectos legales en los negocios electrónicos

**Propósito:** Exponer los aspectos legales en los negocios electrónicos a partir del plan de negocios para la empresa que se está creando.

**Duración 4.5**



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 6		SEGURIDAD Y MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS
Horas Teoría	6.0	
Horas Práctica		
Identificar la importancia de los elementos de seguridad y medios de pagos electrónicos para que sea eficiente la creación de negocios electrónicos a partir de las competencias adquiridas		
<b>Contenido de la Unidad de Aprendizaje</b>		
<b>Elementos de la Competencia</b>		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
6.1 La seguridad virtual <ul style="list-style-type: none"> <li>6.1.1 Acceso</li> <li>6.1.2 Tránsito</li> <li>6.1.3 Medidas de seguridad electrónicas               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encriptación</li> <li>• Firma digital</li> <li>• Certificados digitales</li> <li>• PKI</li> <li>• El DNI electrónico</li> </ul> </li> </ul>	Reconoce las medidas de seguridad y los medios de pago electrónicos.	Propone soluciones y alternativas de acción



6.2 Medios de pago electrónicos		
6.2.1 Seguridad y confidencialidad		
6.2.2 TPV virtual		
6.2.3 Transferencias		
6.2.4 Tarjeta de crédito		
6.2.5 Cobros contra reembolsos		
6.3 Netiqueta	Relaciona la netiqueta y el e-loan, como elementos de seguridad y medios de pago electrónicos.	De manera correcta según las normas, contexto y tipo de producto
6.4 E-Loan		
6.5 Plataformas comerciales seguras	Identifica las plataformas comerciales seguras para los negocios electrónicos.	En un marco de competitividad y legalidad
<b>Materiales y recursos a utilizar</b>		
<b>Didácticos</b>		<b>Tecnológicos, informáticos y de comunicación</b>
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.		Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
<b>Estrategias de enseñanza</b>		<b>Actividades de aprendizaje</b>
Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador		Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita
<b>Evidencias de Desempeño</b>		





Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
<p>Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación</p>	<p>Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, eentrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.</p>
<p><b>Actividades Prácticas</b> <b>Título de la Práctica:</b> seguridad y medios de pago electrónicos <b>Propósito:</b> Exponer los elementos de seguridad y medios de pago electrónicos a partir del plan de negocios para la empresa que se está creando. <b>Duración 4.5</b></p>	



UNIDAD DE APRENDIZAJE No 7		PORTALES Y TIENDAS VIRTUALES
Horas Teoría		4.5
Horas Práctica		3.0
<b>Propósitos específicos de la Unidad de Aprendizaje:</b>		
Reconocer las principales características de los portales y tiendas virtuales para establecer relaciones comerciales óptimas a partir de los negocios electrónicos		
<b>Contenido de la Unidad de Aprendizaje</b>		
<b>Elementos de la Competencia</b>		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes y valores
7.1 Portales y tiendas virtuales	Caracteriza los portales y tiendas virtuales.	Críticamente y por medio de acciones responsables
7.2 Directorio de tiendas virtuales	Identifica el directorio de tiendas virtuales.	En un marco de tolerancia y negociación
7.3 Atención al cliente on-line	Determina la atención al cliente on-line y el servicio de compra comparativa en los portales y tiendas virtuales.	Compartiendo sus ideas de manera respetuosa
7.4 Servicio de compra comparativa	Identifica el mecanismo de las subastas on-line y venta directa de productos en los portales y tiendas virtuales	Para su correcto manejo conforme a las normas establecidas
7.5 Subastas on-line		
7.6 Venta directa de productos		
7.7 Garantía de tiendas virtuales	Distingue la garantía de tiendas virtuales.	Interactuando con los clientes de manera propositiva



Materiales y recursos a utilizar	
Didácticos	Tecnológicos, informáticos y de comunicación
Libros de texto, artículos, pintarrón, marcadores, borrador, libreta de notas, bolígrafos y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.	Laptop, cañón, videos, documentales, red Internet y algunos otros según las necesidades del propio programa de asignatura así como la dinámica de grupo.
Estrategias de enseñanza	Actividades de aprendizaje
Clases magistrales Mediación pedagógica Proyecto integrador	Ensayo Realización de bocetos Exhibiciones Proyecto integrador: versión final escrita
Evidencias de Desempeño	
Productos o evidencias de desempeño	Criterios de Evaluación del Desempeño
Notas escritas Explicación verbal Exhibición: Material de apoyo diseñado por los estudiantes, demostración, conversatorio y toma de notas Ejercicios escritos de simulación	Fuentes, alcance, apoyo, creatividad, organización, entrega de trabajos en tiempo, gramática, estructura de la información y dominio del tema, creatividad, claridad, argumentación lógica, presentación oral y defensa de la información así como involucramiento y participación.
<b>Actividades Prácticas:</b> <b>Título de la Práctica:</b> Portales y tiendas virtuales <b>Propósito:</b> Integrar todo el trabajo realizado para conformar un portal o tienda virtual que se socializara a partir de los conocimientos adquiridos <b>Duración:3.0</b>	



### V. Evaluación y Acreditación.

Elaboración y/o presentación de:	Periodo o fechas	Unidades de aprendizaje y temas que abarca	Ponderación (%)
Trabajos escritos: Reportes de lectura Ensayos Análisis escrito de artículos afines a la asignatura Cuadro comparativo	Acordados en el encuadre por el profesor y los estudiantes	Son actividades que se desarrollaran durante las cinco unidades	10
Exposición del proyecto integrador: tienda o portal virtual			30
Participaciones			10
Notas de clase			05
Informe escrito del proyecto integrador: Negocios electrónicos			45
Constancia de presentación de trabajos, visitas o participación en eventos científicos			Serán ponderadas de manera adicional a la calificación semestral con 05 décimas y se podrán presentar como máxime 2 en calidad de asistente o una con valor de 1.0 puntos en caso de ser ponente cuando guarden relación directa con los contenidos de la asignatura demostrándose a través de una redacción de una cuartilla que contenga una descripción puntual de lo aprendido, el programa del evento y la constancia o diploma que lo certifica.
<b>TOTAL</b>			100



### VI. Bibliografía y Recursos Informáticos.

#### Bibliografía Básica

- Albores, C. P., y Alonso, D.R. (2005). *Formación en nuevas tecnologías dirigida a directivos de PYMES: conocimientos básicos que debe adquirir un directivo para aplicarlos eficazmente en su empresa*. España: Vigo.
- Amaya, A. J. (2009). *Sistemas de información gerenciales: hardware, software, redes, internet, diseño*. Colombia: ECOE.
- Ascencio, M.P.A. (2005). *Derecho del comercio electrónico*. México: Porrúa.
- Chase, L. (2000). *Comercio electrónico: tácticas probadas para hacer negocios en internet*. México: Limusa.
- Dotty, B.O. (2004). *Comercio electrónico*. México: Thomson.
- Fernández, G. E. (2004). *Conocimientos y aplicaciones tecnológicas para la dirección comercial*. España: ESIC.
- Ferrer, A. A. (2004). *Gestionando empresas en la sociedad de la información: PYMES e internet*. España: Fundación EOI.
- Gaitán, J. J., y Pruvost, A.G. (2001). *El comercio electrónico al alcance de su empresa*. Argentina: Universidad Nacional del Litoral.
- García, V. I. (2003). *E-business colaborativo: cómo implantar software libre, servicios web y el grid computing para ahorrar costes y mejorar las comunicaciones en su empresa*. España: GRAMADOSA S.L.
- Schell, M.C. *Las TIC'S, un nuevo modelo de negocios: inserción de la empresa en las economías de red*. México: Trillas.
- Seoane, B. E. (2005). *Estrategia para la implementación de nuevas tecnologías en PYMES: Obtenga el máximo rendimiento aplicando las TIC en el ámbito empresarial*. España: Vigo.
- Siebel, T. M. (2001). *Principios del e-business: cómo los líderes del mercado aumentan los ingresos, la productividad y la satisfacción del cliente*. España: GRANICA S.A.
- Vértice. (2010). *E-commerce. Aplicación y desarrollo*. España: Vértice S.L.