

# UNIVERSIDAD CRISTÓBAL COLÓN

- PROGRAMA DE ESTUDIO -

## 1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA:

COMERCIO ELECTRONICO

## 2. CICLO:

OCTUBRE – NOVIEMBRE 2009

## 3. CLAVE:

## 4. OBJETIVO (S) GENERAL (ES) DE LA ASIGNATURA:

Al finalizar el curso, el alumno presentará una panorámica del comercio electrónico desde una perspectiva multidisciplinar, haciendo hincapié en los modelos y procesos de negocio y los sistemas de información y redes de apoyo.

## 5. TEMAS Y SUBTEMAS:

### CAPITULO 1. INTRODUCCION AL COMERCIO ELECTRONICO

- 1.1. La revolución del comercio electrónico.
- 1.2. Ambiente del comercio electrónico.
- 1.3. Necesidades del comercio electrónico.
- 1.4. El lenguaje técnico.
- 1.5. Sistema para emisión de facturas electrónicas.
- 1.6. Comercio tradicional y comercio electrónico.
- 1.7. Objetivos y estructura del libro.

### CAPITULO 2. LA EMPRESA DE COMERCIO ELECTRONICO

- 2.1. Datos estadísticos de comercio electrónico.
- 2.2. Comercio electrónico para las MIPYMES.
  - 2.2.1. Modelos del comercio electrónico.
  - 2.2.2. Otras modalidades del comercio electrónico.
  - 2.2.3. Beneficios del comercio electrónico.
- 2.3. Plan de trabajo para crear una MIPYME de comercio electrónico.
  - 2.3.1. Plan de trabajo para crear una empresa de comercio electrónico.
  - 2.3.2. Plan ejecutivo del negocio de comercio electrónico.
  - 2.3.3. Etapas del proceso del plan ejecutivo del negocio de comercio electrónico.
  - 2.3.4. Pirámide de elementos del plan ejecutivo del negocio de comercio electrónico.
  - 2.3.5. Cultura empresarial del negocio de comercio electrónico.

PREGUNTAS PARA ANALISIS Y REFLEXION RESUMEN DEL CAPITULO

### CAPITULO 3. EQUIPOS DE COMPUTACION

- 3.1. Equipo hardware.
- 3.2. Programas software.
- 3.3. Equipo telefónico.
- 3.4. Instalación de red en la empresa.
- 3.5. Personal.

PREGUNTAS PARA ANALISIS Y REFLEXION

RESUMEN DEL CAPITULO

## **5. TEMAS Y SUBTEMAS:**

### **CAPITULO 4. SITIO WEB Y DOMINIO**

- 4.1. Creación del sitio o página web.
- 4.2. Contratación del proveedor y del servicio de internet.
  - 4.2.1. Proveedor de internet.
  - 4.2.2. Servicio de internet.
- 4.3. Dominio de la página web.
- 4.4. Difundir el sitio web.
- 4.5. Inicio de actividades a través del sitio web.
- 4.6. Parámetros e índices de valuación.
  - 4.6.1. Factores a controlar y evaluar.
  - 4.6.2. Estándares de evaluación de resultados del comercio electrónico.

PREGUNTAS PARA ANALISIS Y REFLEXION

RESUMEN DEL CAPITULO

### **CAPITULO 5. MERCADO DEL NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRONICO**

- 5.1. Mercado.
- 5.2. Cliente.
- 5.3. Producto y/o servicio de calidad.
- 5.4. Distribución del producto.
- 5.5. Precio.
- 5.6. Promoción, publicidad e imagen.
- 5.7. Capacidades ante el mercado.

PREGUNTAS PARA ANALISIS Y REFLEXION

RESUMEN DEL CAPITULO

### **CAPITULO 6. ESTRATEGIAS DEL NEGOCIO ELECTRONICO**

- 6.1. Cobranza.
  - 6.1.1. Negocio a negocio.
  - 6.1.2. Negocio a consumidor.
- 6.2. Servicio al cliente.
  - 6.2.1. Servicio preventa.
  - 6.2.2. Servicio a la venta.
  - 6.2.3. Servicio posventa.
- 6.3. Ventas.
- 6.4. Distribución.
- 6.5. Seguridad.
- 6.6. Protección legal.
- 6.7. Objetivos de los estudios.
- 6.8. Base de datos.

PREGUNTAS PARA ANALISIS Y REFLEXION

RESUMEN DEL CAPITULO

**5. TEMAS Y SUBTEMAS:**

GUIA PARA EL PLAN DEL NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRONICO

EXPOSICION EN EQUIPOS:

CUSTOMER  
RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM)

ENTERPRISE  
RESOURCE  
PLANNING (ERP)

CADENA DE VALOR  
(SCM Y E-PROCUREMENT)

DATA CENTERS

SEGURIDAD Y  
PAGOS

VIRTUAL PRIVATE NETWORKS  
(VPN's)

CASOS PRACTICOS:

- |                         |                  |                 |
|-------------------------|------------------|-----------------|
| • Amazon                | • Comercial V.H. | • Mc Donalds    |
| • Abastecedora Scorpion | • Grupo CORVI    | • Optivosa      |
| • Calimax               | • CHEDRAUI       | • Soriana       |
| • Casa Ley              | • The Home Depot | • Super Kompras |
| • Comercial Mexicana    | • Liverpool      | • Wal-Mart      |

**6. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:**

CON DOCENTE:

Discusión en clase, individual y por equipos  
Exposición en clase  
Videos de empresarios globales  
Realizar ejercicios prácticos  
Dinámicas de grupo

INDEPENDIENTE:

Instalación de una Tienda en línea  
Foros de discusión en línea  
Investigación Documental  
Investigación de campo  
Lectura dirigida

**7. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN:**

Exámenes parciales  
Exposición en clases  
Investigación (Tareas)  
Puntualidad y Participación  
Estrategia para implementar su tienda electrónica