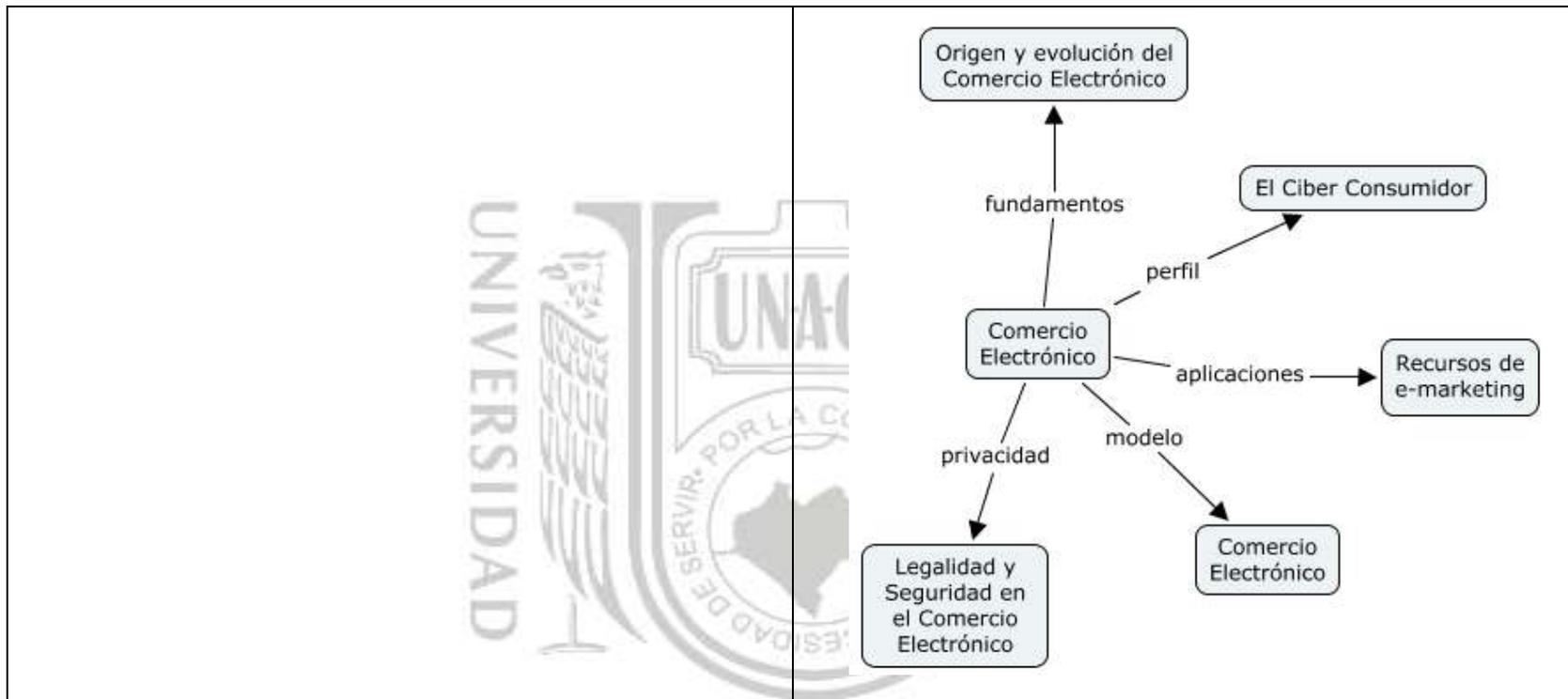


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Unidad de Competencia						
Comercio Electrónico						
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación		
Quinto	DD	MM	AÑO	Específica general. Subárea Computación – Informática.		
	16	Abril	2016			
PERFIL DEL DOCENTE						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Licenciado en Administración, Sistemas Computacionales, o afín, maestro en administración, comercio electrónico, preferentemente doctor en administración, mercadotecnia, comercio electrónico o afín. 2. Experiencia mínima de tres años el área de desarrollo de sistemas de información o dos años si es del área específica en comercio electrónico. 3. Dominio del idioma inglés en el nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia. 4. Conocimiento de ofimática y desarrollo web. 						
HT	HP	HAI	HCD	HSM	CR	ACADEMIA
3	2	2	5	80	7	Administración. Facultad de Contaduría y Administración, C-I Administración. Facultad de Ciencias de la Administración, C-IV Administración. Escuelas de Ciencias Administrativas, C-VII Administración. Facultad de Ciencias Administrativas, C-VIII Cuerpo Colegiado. Escuela de Ciencias Administrativas Arriaga, C-IX Administración. Escuela de Ciencias Administrativas Istmo-Costa, C-IX Tonalá
Propósito general:				Presentación:		
Al finalizar la unidad de competencia el estudiante implementará estrategias de comercio electrónico que permitan la creación, posicionamiento y comercialización de los productos y servicios generados por las organizaciones, que presenta el mercado local, regional, nacional e internacional.				Esta unidad de competencia te aporta como Licenciado en Administración, la capacidad de utilizar las diversas TICs específicas para llevar a cabo los procesos de comercialización de las diversas organizaciones a través de las alternativas que ofrece Internet, tales como e-mail, marketing, publicidad electrónica, radio y televisión por internet y la creación de sitios de comercio electrónico. Esta unidad de competencia tiene dos características importantes: la primera consiste en evaluar e incorporar tecnología de hardware y software para posicionar los diversos servicios en Internet. La segunda tiene como finalidad comprender y aplicar conocimientos de tecnologías de información hacia los procesos mercadológicos derivados de la actividad empresarial. Esta unidad de competencia constituye una herramienta importante para el Licenciado en Administración en términos de comercialización de los productos y servicios.		



Competencias

Genéricas

1. Desarrolla el pensamiento crítico, creativo, sistémico y complejo en el cumplimiento de actividades.
2. Comunica ideas y argumentos de manera oral y escrita.
3. Formula y gestiona proyectos de inversión y desarrollo para las organizaciones.
4. Comprende textos administrativos en inglés.
5. Asume liderazgo colaborativo en la conformación y operación de grupos de trabajo.
6. Genera las habilidades en el uso de las tecnologías de la

Profesionales

1. Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado.
2. Modelar la organización a partir de sistemas de calidad de vanguardia, considerando las teorías, paradigmas y tendencias que influyen en el desarrollo de la misma; aplicando herramientas administrativas en la toma de decisiones, tecnologías de información y comunicación, dentro del marco legal en el que se desarrollan local, nacional e internacionalmente las organizaciones públicas, privadas y

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

<p>información y de la comunicación</p> <p>7. Mejora las habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>8. Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones positivas.</p>	<p>sociales.</p> <p>3. Administrar estratégicamente a la organización, formando cadenas productivas que optimicen la aplicación de los recursos financieros para mejorar la producción y comercialización de bienes y servicios; considerando que la información contable, financiera, fiscal y de comercialización deben sistematizarse para generar información confiable, veraz y oportuna.</p>
---	--

Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Describe el comercio electrónico.	<p>Conocimientos: mercado electrónico y oportunidades de negocio, modalidades y Ciber empresas, así como del devenir histórico del comercio electrónico.</p>	<p>Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para describir el comercio electrónico a través del mercado electrónico y oportunidades de negocio, modalidades y ciber empresas, así como del devenir histórico del comercio electrónico; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.</p>	<p>1. Comercio Electrónico</p> <p>1.1 Mercado electrónico y oportunidades de negocio.</p> <p>1.1.1 Definición del comercio electrónico.</p> <p>1.1.2 Desarrollo del comercio electrónico.</p> <p>1.1.3 El comercio electrónico en México.</p> <p>1.1.4 Ventajas del comercio electrónico.</p> <p>1.2 Conceptos de las modalidades del comercio electrónico.</p> <p>1.2.1 B2C De negocio a consumidor.</p> <p>1.2.2 B2B De negocio a negocio.</p> <p>1.2.3 C2C De consumidor a consumidor.</p> <p>1.2.3 P2P De igual a igual.</p> <p>1.2.5 Comercio móvil (m-commerce).</p> <p>1.3 Ciber empresas: Ventas al detalle y ventas en línea.</p> <p>1.3.1 El sector de ventas al detalle.</p>
	<p>Habilidades: comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita</p>		
	<p>Valores y actitudes profesionales: Interés, responsabilidad y disciplina.</p>		

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

			1.3.2 El sector de los servicios en línea.
Evidencias de desempeño			
Carta semántica de la relación de los conceptos involucrados. Investigación de la oferta electrónica de servicios y productos. Examen escrito.			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Apuntes Antología Diapositivas Casos. Guión de investigación.		Exposición del profesor. Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
Reconoce al ciber consumidor.	Conocimientos: mercado en línea, los segmentos del mercado en línea, así como también el perfil del consumidor en línea.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para reconocer al ciber consumidor a través del mercado en línea los segmentos del mercado en línea, así como también el perfil del consumidor en línea; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.	2. El ciber consumidor 2.1 Investigación de mercados en línea. 2.2 El perfil del consumidor en línea. 2.3 El comportamiento del consumidor en línea y la decisión de compra. 2.4 Segmentos del mercado en línea. 2.5 Identificación y control del consumidor. 2.5.1 Identificación con recursos web. 2.5.2 Identificación voluntaria, 2.5.3 Registro del tráfico de visitantes (ficheros o "logs"). 2.6 La relación con el consumidor. 2.6.1 Personalización y
	Habilidades: comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.		
	Valores y actitudes profesionales: Interés, responsabilidad y disciplina.		

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

			adecuación. 2.6.2 Servicio al cliente (FAQs: preguntas frecuentes, Chat de servicio en tiempo real y Sistema de respuesta automatizado)
Evidencias de desempeño			
Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor. Ensayo sobre el ciber consumidor. Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor. Examen escrito			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Antología Casos Diapositivas Apuntes Guión de análisis		Exposición del profesor. Exposición del estudiante Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

327

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
Describe los elementos que integran al e-marketing.	Conocimientos: aplicaciones y servicios web, correo electrónico, dominios y motores de búsqueda, comunicaciones y videoconferencias.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para describir los elementos que integran al e-marketing a través de aplicaciones y servicios web, correo electrónico, dominios y motores de búsqueda, comunicaciones y videoconferencias; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.	3. E-Marketing 3.1 Revisión de aplicaciones web para el comercio electrónico: 3.1.1 Correo electrónico, Mensajería instantánea, Foros de línea. 3.1.2 Dominios, Motores de búsqueda y Agentes inteligentes (bots), Medios de flujo continuo, Cookies y Pop up's. 3.1.3 Servicios web: Podcasting, Blogs, RSS, Wiki, Web apps, Widgets y Gadgets. 3.1.4 Telefonía, Televisión y Videoconferencias. 3.2 Comunicaciones de e-
	Habilidades: comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.		
	Valores y actitudes profesionales: Interés, responsabilidad y disciplina.		

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

			marketing. 3.2.1 Publicidad en línea. 3.2.2 Marketing de correo electrónico (email marketing). 3.2.3 Catálogos en línea. 3.2.4 Marketing social (blogs, redes sociales y juegos). 3.3 Métrica del marketing en línea.
Evidencias de desempeño			
Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor. Ensayo sobre el e-marketing. Examen escrito			
Recursos didácticos		Estrategias de aprendizaje	
Antologías Casos Diapositivas Apuntes Guión de análisis		Exposición del profesor. Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet. Exposición del estudiante.	
Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
Examina los diferentes modelos del comercio electrónico	Conocimientos: entorno competitivo, estrategia de mercadotecnia y presupuestos de sitios web.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para examinar los diferentes modelos del comercio electrónico a través del entorno competitivo, estrategia de mercadotecnia y presupuestos de sitios web; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita;	4. Modelos de comercio electrónico. 4.1 Componentes del modelo de negocios.
	Habilidades: comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita		4.1.1 Propuesta de valor para el cliente. 4.1.2 Modelo de generación de ingresos. 4.1.3 Oportunidad en el mercado.
	Valores y actitudes profesionales: Interés, responsabilidad y disciplina.		4.1.4 Entorno competitivo y ventaja competitiva. 4.1.4 Estrategia de mercado (producto, canal de distribución,

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

		demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	comunicación de mercadotecnia y precios). 4.1.5 Estructura organizacional y equipo administrativo. 4.2 Modelos específicos de negocios para B2C, B2B, C2C, P2P y Comercio móvil. 4.3 Construcción de un sitio web de comercio electrónico. 4.3.1 Decisiones de hardware. 4.3.2 Decisiones de software. 4.3.3 Bases de datos. 4.3.4 Prueba, implementación y mantenimiento del sistema. 4.3.4 Presupuesto del sitio Web. 4.4 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos
--	--	--	--

329

Evidencias de desempeño

Cuadro comparativo de los modelos de comercio electrónico.
 Investigación sobre la aplicación de alguno de estos modelos en las organizaciones públicas, privadas y/o sociales de la localidad.
 Examen escrito.

Recursos didácticos	Estrategias de aprendizaje
Antología Casos Diapositivas Apuntes	Exposición del profesor. Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet. Exposición del estudiante.

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Interpreta la legislación y	Conocimientos: los diferentes elementos de la seguridad en internet, sistemas de	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante	5. Legislación y seguridad en el comercio electrónico

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

seguridad en el comercio electrónico.	pago y factura electrónica, privacidad y seguridad, soluciones tecnológicas, así como legislación informática en México.	es competente para interpretar la legislación y seguridad en el comercio electrónico a través de los diferentes elementos de la seguridad en internet, sistemas de pago y factura electrónica, privacidad y seguridad, soluciones tecnológicas, así como legislación informática en México; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	5.2 Comercio electrónico y seguridad. 5.3 Sistemas de pago y factura electrónica. 5.4 Riesgos del comercio electrónico. 5.5 Soluciones tecnológicas para la protección de las comunicaciones en Internet. 5.6 Legislación informática en México.
	Habilidades: comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.		
	Valores y actitudes profesionales: Interés, responsabilidad y disciplina.		

330

Evidencias de desempeño

Ensayo sobre el estado de la legislación en la materia en México.
Argumento sobre la importancia de la seguridad informática en el comercio electrónico.
Examen escrito

Recursos didácticos

Antología
Diapositivas
Apuntes

Estrategias de aprendizaje

Exposición del profesor.
Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.
Exposición del estudiante.

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	%
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluaciones parciales (3) Carta semántica de la relación de los conceptos involucrados. Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor.	40	Genéricas: 1. Desarrolla el pensamiento crítico, creativo, sistémico y complejo en el cumplimiento de actividades.	15
			2. Comprende textos administrativos en inglés.	15

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

	<p>Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor</p> <p>Cuadro comparativo de los modelos de comercio electrónico.</p>		<p>3. Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones positivas.</p> <p>Profesionales:</p> <p>1. Diseñar y desarrollar organizaciones, con la capacidad de asesoramiento administrativo, aplicando liderazgo, creatividad e innovación; en la búsqueda de la competitividad de las mismas en el mercado.</p> <p>2. Modelar la organización a partir de sistemas de calidad de vanguardia, considerando las teorías, paradigmas y tendencias que influyen en el desarrollo de la misma; aplicando herramientas administrativas en la toma de decisiones, tecnologías de información y comunicación, dentro del marco legal en el que se desarrollan local, nacional e internacionalmente las organizaciones públicas, privadas y sociales.</p>	<p>15</p> <p>25</p> <p>30</p>
<p>Habilidades</p>	<p>Investigación de la oferta electrónica de productos y servicios.</p> <p>Ensayo sobre el ciber consumidor.</p> <p>Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor.</p> <p>Ensayo sobre el ciber consumidor.</p> <p>Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor.</p> <p>Investigación sobre la aplicación de alguno de estos modelos en las organizaciones</p>	<p>40</p>	<p>Genéricas:</p> <p>1. Comunica ideas y argumentos de manera oral y escrita.</p> <p>2. Formula y gestiona proyectos de inversión y desarrollo para las organizaciones.</p> <p>6. Asume liderazgo colaborativo en la conformación y operación de grupos de trabajo.</p> <p>7. Genera las habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación</p> <p>8. Mejora las habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>Profesionales:</p> <p>1. Modelar la organización a partir de sistemas de</p>	<p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

	<p>públicas, privadas y/o sociales de la localidad. Ensayo sobre el estado de la legislación en la materia en México. Argumento sobre la importancia de la seguridad informática en el comercio electrónico.</p>		<p>calidad de vanguardia, considerando las teorías, paradigmas y tendencias que influyen en el desarrollo de la misma; aplicando herramientas administrativas en la toma de decisiones, tecnologías de información y comunicación, dentro del marco legal en el que se desarrollan local, nacional e internacionalmente las organizaciones públicas, privadas y sociales.</p> <p>2. Administrar estratégicamente a la organización, formando cadenas productivas que optimicen la aplicación de los recursos financieros para mejorar la producción y comercialización de bienes y servicios; considerando que la información contable, financiera, fiscal y de comercialización deben sistematizarse para generar información confiable, veraz y oportuna.</p>	<p>20</p> <p>20</p>
Valores y actitudes profesionales	<p>Investigaciones documentales, de campo y por internet. Discusiones grupales Exposiciones</p>	20	<p>Genéricas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrolla el pensamiento crítico, creativo, sistémico y complejo en el cumplimiento de actividades. 2. Comunica ideas y argumentos de manera oral y escrita. 3. Formula y gestiona proyectos de inversión y desarrollo para las organizaciones. 4. Comprende textos administrativos en inglés. 5. Asume liderazgo colaborativo en la conformación y operación de grupos de trabajo. 6. Genera las habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación 7. Mejora las habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. 8. Establece el compromiso con la preservación del ambiente, su medio socio-cultural y conservación de costumbres y tradiciones positivas. 	<p>15</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>20</p> <p>10</p> <p>15</p>

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

Referencias:

Básicas:	Complementarias:
Bibliográficas	Bibliográficas
Galindo Sifuentes, E. (2007). <i>Derecho Mercantil. : Comerciantes, comercio electrónico, contratos mercantiles y sociedades mercantiles</i> . México: Porrúa. Laudon, K. C. (2009). <i>e-commerce : negocios, tecnología, sociedad</i> . México: Pearson. Schneider, G. P. (2004). <i>Comercio electrónico</i> . México: Thomson.	MEDIAactive. (2009). <i>El gran libro de photoshop CS4</i> . México, D.F.: Alfaomega. Laudon, Kenneth C., y Guercio, Traver Carol (2012) <i>E-commerce business technology society</i> . Shirky, Clay (2012). <i>Excedente cognitivo: creatividad y generosidad en la era conectada</i> . España. Deusto.
	Bases de datos www.conricyt.mx www.redalyc.org www.springer.com www.ebsco.com