

1. Identificación del curso

Negocios Electrónicos							
Programa educativo				Departamento de adscripción			
Lic. en Negocios Internacionales				Departamento de Ingenierías			
Área de formación				Tipo de Unidad de Aprendizaje			
Especializante				Curso - Taller			
Carga horaria				Créditos		Clave	
Teoría	40	Práctica	40	Total	80	8	15093
Modalidad de Enseñanza - Aprendizaje				Prerrequisito			
Presencial				No aplica			
Academia				Profesor responsable			
Tecnologías de la Información							
Elaboró / Modificó				Fecha de elaboración / modificación			
Carlos Javier Cruz Franco				08 de febrero de 2024			

2. Competencias que abonan al perfil de egreso

Transversal	Disciplinar	Profesional
Capacidad crítica y autocrítica Trabajo en equipo Habilidades interpersonales Capacidad de Análisis y síntesis Habilidad para buscar y analizar información.	Domina los principales elementos de negocios electrónicos. Aplica los elementos y conceptos de los negocios electrónico. Aplica técnicas para administrar recursos y desarrollar el capital intelectual.	Desarrollar aplicaciones web. Desarrollar puntualmente un sistemas de e-commerce y lo aplica a un caso de negocio electrónico.

3. Saberes previos

- Habilidades básicas de comunicación oral, escrita y digital
- Uso y manejo de herramientas digitales básicas, internet, redes sociales, correo electrónico y aplicaciones de mensajería
- Habilidades básicas para la búsqueda y selección de información en medios digitales

4. Presentación de la unidad de aprendizaje

La unidad de aprendizaje de negocios electrónicos, marketing digital, social media y community manager para su correcta planeación y posterior implementación utilizando herramientas y plataformas web actuales.

5. Objetivo de aprendizaje

Reconocer y utilizar las Tecnologías de la Información para la gestión, desarrollo, transformación y presentación de la información.

6. Competencia general de la unidad de aprendizaje

El estudiante utiliza las herramientas y plataformas tecnológicas en contextos académicos y profesionales, mediante técnicas ofimáticas para la gestión de la información y el trabajo colaborativo en línea, promoviendo el uso consciente, seguro, saludable y ético de los negocios electrónicos.

7. Habilidades, valores y actitudes

- Destreza para el manejo de las tecnologías de información.
- Trabajo individual y en equipo
- Paciencia, tolerancia y asertividad para la solución de problemas
- Respeto y empatía a los demás, a la infraestructura tecnológica, horario asignado y reglamentos universitarios

8. Elementos de competencia

Bloque No. I Identifica los elementos que integran los negocios electrónicos, así como, su arquitectura tecnológica y configuración.		
Sub-competencia	Aplica los conceptos relacionados a los componentes de software y hardware para el desarrollo de trabajo colaborativo basado en la nube que permita asimilar y transmitir la información desde una perspectiva de ciudadanía digital.	
Cognitivos (Contenido)		
<ul style="list-style-type: none"> • Expresa y describe los conceptos básicos de los negocios electrónicos e internet. • Es capaz de identificar procesos y partes de la arquitectura de los negocios electrónicos. • Define conceptos básicos del negocio electrónico, e-business, e-commerce, sus componentes y terminología. • Conoce y define la administración de relaciones con el cliente objetivo (CRM). • Entiende la integración de los sistemas integrados de información (ERP). • Es capaz de definir los mecanismos de soporte para los sistemas de leltad. • Identifica de manera correcta la gestión de la cadena de suministros (SCM) y su definición. 		
Procedimentales		
<ul style="list-style-type: none"> • Gestiona los recursos de software y hardware a través de un sistema operativo • Usa las herramientas de software para la simplificación de las tareas • Desarrolla contenido web y multimedia original para la transmisión de ideas en público • Colabora en entornos digitales y trabaja con diferentes tipos de contenido multimedia. 		
Estrategias didácticas		
<ul style="list-style-type: none"> • Investigación en fuentes confiables • Retroalimentación por parte del profesor • Elaboración de ejercicios prácticos • Trabajo individual, equipo, colaborativo y en línea 		
Criterios de desempeño	Producto esperado	Sesiones estimadas
•	•	
Área de conocimiento	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.	

Bloque No. II Desarrolla los procesos esratégicos para la implementación de negocios electrónicos	
Sub-competencia	Desarrolla y presenta documentos en formato digital para la transformación y expresión de ideas
Cognitivos (Contenido)	



- Expresa y describe los conceptos básicos de los negocios electrónicos e internet.
- Es capaz de identificar procesos y partes de la arquitectura de los negocios electrónicos.
- Define conceptos básicos del negocio electrónico, e-business, e-commerce, sus componentes y terminología.
- Conoce y define la administración de relaciones con el cliente objetivo (CRM).
- Entiende la integración de los sistemas integrados de información (ERP).
- Es capaz de definir los mecanismos de soporte para los sistemas de leltad.
- Identifica de manera correcta la gestión de la cadena de suministros (SCM) y su definición.

Procedimentales

- Elabora documentos en formato digital para una entrega y presentación profesional
- Conoce y utiliza herramientas tecnológicas para la transmisión de ideas en público
- Elaborar gráficos y reportes a partir del tratamiento de bases de datos

Estrategias didácticas

- Investigación en fuentes confiables
- Retroalimentación por parte del profesor
- Elaboración de ejercicios prácticos
- Trabajo individual, equipo, colaborativo y en línea

Criterios de desempeño	Producto esperado	Sesiones estimadas
•	•	
Área de conocimiento		
Haga clic o pulse aquí para escribir texto.		

Bloque No. III Identifica y aplica los elementos que conforman un sitio e-commerce y marketing electrónico, capas y aspectos de seguridad, así como, sistemas de pago.

Sub-competencia Diseña, elabora y transmite conocimientos al utilizar herramientas tecnológicas para la solución de problemas en su campo profesional.

Cognitivos (Contenido)

Desarrolla y presenta un proyecto integrador en una situación real sobre el área de formación profesional del estudiante, a partir de la aplicación los conceptos, técnicas y herramientas informáticas que permitan su diseño e implementación

Procedimentales

- Aplicar los diferentes sistemas de pago implementados en la actualidad en los negocios electrónicos.
- Implementa la estructura y el desarrollo de una tienda en línea aplicándola a una empresa real.
- Conoce y entiende los métodos utilizados en el sistema de pago electrónico, micro pago, sistemas basados en tarjetas de crédito, factura y firma electrónica.
- Desarrolla un plan de marketing para conseguir presencia en portales especializados en línea.
- Entiende las nuevas tecnologías de posicionamiento (SEO). Y aplica las herramientas que se ofrecen para un marketing exitoso.

Estrategias didácticas

- Investigación en fuentes confiables
- Retroalimentación por parte del profesor
- Elaboración de ejercicios prácticos
- Trabajo individual, equipo, colaborativo y en línea

Criterios de desempeño	Producto esperado	Sesiones estimadas
Área de conocimiento		
Haga clic o pulse aquí para escribir texto.		

Nota: 1 sesión = 1 hora;

Bloque No. III Domina procesos de marketing electrónico y la función de un community manager, construye, gestiona y administra una comunidad online.

Sub-competencia Diseña, elabora y transmite conocimientos al utilizar herramientas tecnológicas para la solución de problemas en su campo profesional.

Cognitivos (Contenido)

Desarrolla y presenta un proyecto integrador en una situación real sobre el área de formación profesional del estudiante, a partir de la aplicación los conceptos, técnicas y herramientas informáticas que permitan su diseño e implementación

Procedimentales

- Identifica y entiende las características de Cloud computing, nubes corporativas, características ventajas y desventajas.
- Conoce y desarrolla tiendas electrónicas y comunidades virtuales.
- Consulta, analiza e interpreta resultados de la red social utilizada, para implementar modificaciones óptimas.
- Conoce las plataformas de red social y las herramientas especializadas para la realización de posicionamiento y marketing.
- Aplica métodos de marketing digital a empresas para mejorar su presencia en el mercado digital.

Estrategias didácticas

- Investigación en fuentes confiables
- Retroalimentación por parte del profesor
- Elaboración de ejercicios prácticos
- Trabajo individual, equipo, colaborativo y en línea

Criterios de desempeño

Producto esperado

Sesiones estimadas

Área de conocimiento

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

9. Recursos requeridos

Dispositivo de cómputo, paquete de software, herramientas colaborativas y de gestión de la información, LMS (Moodle, Classroom)

10. Evaluación y acreditación de la unidad de aprendizaje

Participación	5%
Actividades de Investigación	10%
Ejercicios Prácticos	50%
Exámenes Parciales	20%
Proyecto Final	15%

11. Referencias (APA)

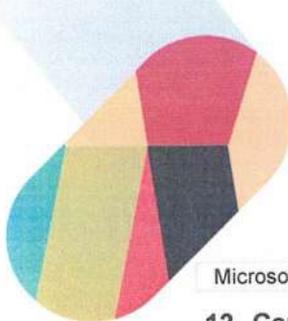
Básica

Pablo Adán, Marketing digital para empresas y personas, Alfaomega 2016.
Baker, Marketing para medios sociales: un planteamiento estratégico. Cengage Learning 2015.
Oscar González López, Comercio Electrónico, Anaya multimedia 2014.

Complementaria

Sitios web

Google Workspace. (s.f.). Recuperado el 3 de julio de 2023, de <https://workspace.google.com/intl/es/>



Microsoft Office. (s.f.). Recuperado el 3 de julio de 2023, de <https://www.microsoft.com/es-es/microsoft-365>

12. Campo de aplicación profesional

El estudiante es capaz de emplear tecnologías de la información que faciliten la comunicación y colaboración interna de las organizaciones, así mismo, utiliza herramientas tecnológicas y plataformas digitales para recopilar, procesar y analizar información en el área económica administrativa de manera efectiva.

13. Perfil docente

El docente de esta materia deberá ser un profesionista con formación en las áreas de la computación, comunicaciones o informática; capaz de motivar a la investigación y creación de conocimiento, con habilidades para la enseñanza de forma interactiva propiciando en los alumnos el auto-aprendizaje.

  CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS DIVISIÓN DE CIENCIAS AGROPECUARIAS E INGENIERÍAS DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS Dr. Alejandro Pérez Laríos Jefe de departamento de Ingenierías	 Dra. Claudia Islas Torres Presidente de academia
--	--