

UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON "EMILIANO ZAPATA"

INGENIERIA	INGENIERO ADMINISTRADOR EN TECNOLOGIAS DE INFORMACION				
MATERIA	Negocios Electrónicos		LINEA CURRICULAR		
TETRASEMESTRE	Sexto	CLAVE	AIT-105	SERIACION	ATI-103
HTS:	3	HPS	2	THS	5
				CREDITOS	7

OBJETIVO DE LA MATERIA	<p>El estudiante aplicará los aspectos comerciales, tecnológicos y legales relacionados a la gestión de negocios electrónicos, utilizando la tecnología Internet, para generar aplicaciones desde un punto de vista técnico y comercial de estrategias de marketing, tomando en cuenta los objetivos de la empresa a través de Internet. Así como la introducción al comercio electrónico, el Marketing y negocios en Internet, el Marco jurídico del comercio electrónico la Seguridad en Internet y sistemas electrónicos de pago y por último la Convergencia para el e-Business.</p>				
-------------------------------	--	--	--	--	--

TIEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
	<p>1. Introducción al comercio electrónico El estudiante identificará las diferencias existentes entre el negocio tradicional versus el negocio a través de Internet e identificar la tecnología y costos asociados al negocio dentro de la nueva economía.</p>	<p>1.1. Conceptualización del comercio electrónico e e-Business 1.2. Evolución de los negocios vía Internet. 1.3. Participación de áreas claves 1.4. Las nuevas reglas de la competencia 1.5. Diseño e implementación de negocios vía Internet 1.6. Infraestructura de Internet 1.7. Software básico para Internet 1.8. Seguridad de la plataforma 1.9. Costos involucrados en la implementación del negocio vía Internet 1.10. Administración de problemas legales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que reafirmen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma 	<p>BÁSICA: Gary P. Schneider, James T. Perry, Electronic Commerce. EEUU. Tomson Learning. 2001. Second Edition. ISBN: 0-619-03378-9</p> <p>Daniel Minoli, Emma Minoli, Web Commerce Technology Handbook. EEUU. McGraw-Hill, 2004. ISBN: 0070429782</p> <p>Robinson Marcia.</p>

<p>2. Marketing y negocios en Internet El estudiante identificará y fundamentará el proceso de marketing que ha de ser vivido dentro de un negocio electrónico considerando la estrategia a seguir según el tipo de negocio.</p>	<p>problemas legales 1.11. Comparación de las tecnologías de pago.</p> <p>2.1. Integración de Internet a la mezcla de marketing 2.2. Elaboración del plan de marketing para un negocio en línea 2.3. Aspectos estratégicos y operativos de las ventas en línea 2.4. Venta en línea B2C 2.5. Venta en línea B2B 2.6. Como promover un sitio web 2.7. Como medir el beneficio de la inversión.</p>	<p>aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pintarrón. <ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que refirieren la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación . • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarca. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pintarrón. 	<p>Robinson Marcia, Tapscott Don, e- Business 2.0: Roadmap for Success. Addison- Wesley Professional, 2003. ISBN: 0201721651</p> <p>COMPLEMENTARIA</p> <p>Turban Efrain, Electronic Commerce : A Managerial Perspective 2006. Prentice Hall. 2005. 4ta edición. ISBN: 0131854615</p> <p>Martin V. Deise, Conrad Nowikow, Patrick King, Amy Wright, PricewaterhouseCoopers. Executive's Guide to E- Business : From Tactics to Strategy. EEUU. Wiley. 2001. ISBN: 0471376396</p>
--	--	--	--

<p>3. Marco jurídico del comercio electrónico</p> <p>El estudiante identificará los aspectos legales a considerar en un negocio vía Internet.</p>	<p>3.1 Legislaciones que regulan las transacciones de Comercio Electrónico</p> <p>3.2 Garantías que ofrecen los sitios de Comercio Electrónico.</p> <p>3.3 Comercio Electrónico y protección al consumidor.</p> <p>3.4 El derecho e Informática en México.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que realzaran la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación . • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones . • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pintarrón. 	
<p>4. Seguridad en Internet y sistemas electrónicos de pago.</p> <p>El estudiante identificará y fundamentará las formas de ejecutar los pagos de productos y servicios vía</p>	<p>4.1. Conocer los términos referentes a la seguridad computacional y el Comercio Electrónico.</p> <p>4.2. Conocer el papel que juegan la encriptación y la certificación en la seguridad y</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que realzaran la importancia de los 	

<p>Internet así como los diferentes esquemas de seguridad sobre las transacciones electrónicas.</p>	<p>la privacidad.</p>	<p>elementos técnicos básicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pizarra.
<p>5. Convergencia para el e-Business El estudiante planificará como crear una organización eficaz, a través de una estrategia definida en e – business; con el fin de diseñar alternativas de empleo profesional.</p>	<p>4.3. Razonar conceptos como la autenticidad, confidencialidad de las transacciones, integridad de la información y reconocimiento de transacción (no repudio).</p> <p>4.4. Familiarizarse con los distintos métodos de pago por medios electrónicos.</p>	<p>5.1 Definir estrategias de Mercadotecnia, Actividades de Apoyo, Subastas, Comunidades Virtuales y Portales en Internet.</p> <p>5.2 Empresas tradicionales vs. Empresas hacia el E-Business</p> <p>5.3 E-business y estrategia de negocios.</p> <p>5.4 E-business y estructura de negocios.</p> <p>5.5 E-business y nuevos productos/servicios.</p> <p>5.6 Atención a clientes</p> <p>5.7 Cadena de proveedores</p>
<p>5. Convergencia para el e-Business El estudiante planificará como crear una organización eficaz, a través de una estrategia definida en e – business; con el fin de diseñar alternativas de empleo profesional.</p>	<p>5.1 Definir estrategias de Mercadotecnia, Actividades de Apoyo, Subastas, Comunidades Virtuales y Portales en Internet.</p> <p>5.2 Empresas tradicionales vs. Empresas hacia el E-Business</p> <p>5.3 E-business y estrategia de negocios.</p> <p>5.4 E-business y estructura de negocios.</p> <p>5.5 E-business y nuevos productos/servicios.</p> <p>5.6 Atención a clientes</p> <p>5.7 Cadena de proveedores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que reafirmen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma

			<ul style="list-style-type: none"> • Individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal. • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pizarra. 	
--	--	--	---	--

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, infocus, laptop

EVALUACIÓN: Tres evaluaciones (Parcial al finalizar el mes) que equivalen al 25%, cada una, de la evaluación; Exámenes Rápidos que equivalen al 10% de la evaluación final y los Trabajos Individual y en Equipo que equivalen al 15% de la evaluación final cada uno.