

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA**  
**COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA**  
**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA**

**I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

1. Unidad Académica(s) : Facultad de Ciencias Administrativas.  
Facultad de Contaduría y Administración.  
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales.  
Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín.  
Facultad de Turismo y Mercadotecnia.  
Facultad de Ingeniería y Negocios Tecate.  
Escuela de Ingeniería y Negocios Cd. Guadalupe Victoria.
2. Programa(s) de estudio: ( Técnico, Licenciatura (s)): Licenciado en Administración de empresas.      3. Vigencia Del plan: 2009-2.
4. Nombre de La Unidad de Aprendizaje : Administración y Comercio Electrónico.
6. HC: 2 HL:     HT: 2 HPC:     HCL:     HE: 2 CR: 6
7. Ciclo Escolar: 2012-2
8. Etapa de formación a la que pertenece : Terminal
9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria:      Optativa: X
10. Requisitos para cursar la Unidad de Aprendizaje: Ningún requisito

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN (Continuación)

Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) Licenciado en Administración Vigencia del plan: 2009-2  
de empresas.

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Administración y Comercio Electrónico Clave: 12494

6. HC: 2 HL: 2 HT:     HPC:     HCL:     HE: 2 CR: 6

**Firmas Homologadas**

Fecha de elaboración: 09 Marzo 2011

**Formuló:**

M.A.G. Morales Garfias Jorge(Tij)

**Vo. Bo.** M.P. Eva Olivia Martínez Lucero  
**Cargo:** Subdirector FCA y S, Ensenada  
**Vo. Bo.** M.C. Ernesto Alonso Perez Maldonado  
**Cargo:** Subdirector FCA, Mexicali  
**Vo. Bo.** Dr. Daniel Muñoz Zapata  
**Cargo:** Subdirector FCA, Tijuana  
**Vo. Bo.** Dra. Lourdes Evelyn Apodaca del Angel  
**Cargo:** Subdirector FlyN, Tecate  
**Vo. Bo.** M.T.A. Lizzette Velazco Aulcy  
**Cargo:** Subdirector Fly N, San Quintín  
**Vo. Bo.** Dra. Ana Ma. Vazquez Espinoza  
**Cargo:** Subdirector El y N, Guadalupe Victoria

## II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Esta materia se encuentra en la etapa terminal, es optativa. Tiene como propósito, ofrecer al estudiante un panorama de lo que es el comercio electrónico y su aplicación en el mundo de los negocios.

## III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

Aplicar los conceptos claves de la dirección y la estrategia en la nueva economía.

## IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Presentar un sitio en el internet que muestre las ideas centrales del curso

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Analizar la estructura general del comercio electrónico e identificar la oportunidad de mercados con responsabilidad y honestidad.

### Contenido

**Duración** 13 horas

#### Unidad I. Introducción a los negocios en Internet.

- 1.1. Conceptos de la administración electrónica.
- 1.2. Bases del comercio electrónico.
- 1.3. Categorías del comercio electrónico y diferencias ante el comercio tradicional.
- 1.4. Modelos de negocios de comercio electrónico en la actualidad.
- 1.5. Encuadre de la oportunidad de negocios.
- 1.6. Marco jurídico de los negocios bajo la naturaleza internacional del comercio electrónico.
- 1.7. Modelo FODA de un proyecto de comercio electrónico.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Seleccionar los elementos del plan de negocios mediante el análisis de las diferentes clasificaciones de modelos para planear adecuadamente un proyecto de comercio electrónico con responsabilidad y honestidad.

### Contenido

Duración

13 horas

#### Unidad II. Planificación de una iniciativa de E-commerce.

- 2.1. Tipologías de modelos de negocios.
- 2.2. Infraestructura de un negocio electrónico.
- 2.3. Competencia de las empresas basadas en propuestas de valor o en grupos de valores.
- 2.4. Los elementos de diseño para la interfaz del cliente.
- 2.5. Importancia del sitio web como una ventaja competitiva.
- 2.6. Las estrategias de diseño de mercados virtuales.
- 2.7. Posicionamiento en WEB.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Estimar el establecimiento de marcas, realizando el posicionamiento del portal de negocios en la WEB con responsabilidad y honestidad.

### Contenido

**Duración**

**13 horas**

#### **Unidad III. Diseño de la puesta en marcha.**

- 3.1 Definición de las cuatro categorías de comunicaciones del mercado.
- 3.2 Definición de lo que es una buena marca.
- 3.3 Mostrar el proceso de 10 pasos para el establecimiento de marcas.
- 3.4 Definición de la implementación en línea.
- 3.5 Importancia de la implementación.
- 3.6 Definición del Sistema de entrega.
- 3.7 Definición de las categorías de la innovación fuera de línea.
- 3.8 Definición del proceso de innovación fuera de línea.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Identificar las métricas de evaluación y medición de mercados, analizando las valuaciones de los negocios basados en web con responsabilidad y honestidad.

### Contenido

**Duración** 13 horas

#### **Unidad IV. Estrategias de marketing en la Web.**

- 4.1. Importancia del marketing aplicada a la web.
- 4.2. Evaluación de la salud de las empresas en la nueva economía.
- 4.3. Valuación del flujo de efectivo en empresas con presencia en la web.
- 4.4. Conceptos claves en marketing: las cuatro P.
- 4.5. Administración de la relación con el cliente.
- 4.6. Redes sociales.
- 4.7. Presupuestos de marketing.
- 4.8. Elección y desarrollo de las estrategias de marketing y planes de acción.

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### Competencia

Implementar el plan de negocios considerando los aspectos de seguridad en el comercio electrónico para salvaguardar el negocio con responsabilidad y honestidad.

### Contenido

**Duración**

12 horas

#### **Unidad V. Aspectos de seguridad en el comercio electrónico.**

- 5.1. Administración de la seguridad.
- 5.2. Seguridad de las computadoras cliente - servidor
- 5.3. Seguridad de la infraestructura de comunicaciones
- 5.4. Seguridad y normatividad legal en las transacciones



## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Analizar la estructura general del comercio electrónico e identificar la oportunidad de mercados con responsabilidad y honestidad.	Realizar un cuadro sinóptico con las estrategias de segmentación.	Bibliografía Equipo de cómputo	2 horas
2	Seleccionar los elementos del plan de negocios mediante el análisis de las diferentes clasificaciones de modelos para planear adecuadamente un proyecto de comercio electrónico con responsabilidad y honestidad	Realizar una presentación que contenga los modelos de negocios.	Bibliografía Equipo de cómputo Proyector para exponer	2 horas
3	Estimar el establecimiento de marcas, realizando el posicionamiento del portal de negocios en la WEB con responsabilidad y honestidad.	Elaborar un cuadro comparativo donde se muestre las ventajas y desventajas de las principales marcas de comercio electrónico a nivel mundial.	Bibliografía Equipo de cómputo Proyector para exponer	2 horas
4	Identificar las métricas de evaluación y medición de mercados, analizando las valuaciones de los negocios basados en web con responsabilidad y honestidad.	Analizar una situación específica presentada por el profesor, donde se proponga las formas en que las compañías pueden evaluar el progreso y salud de sus negocios en línea.	Bibliografía Equipo de cómputo Proyector para exponer	6 horas
5	Implementar el plan de negocios considerando los aspectos de seguridad en el comercio electrónico para salvaguardar el negocio con responsabilidad y honestidad.	Elaboración y presentación del plan de negocios para un sitio de comercio electrónico.	Bibliografía Equipo de cómputo Proyector para exponer	6 horas

## VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Exposición por parte del profesor.
- Investigación de temas innovadores relacionados con el contenido
- Exposición por parte del alumno
- Resolución de problemas en clase.
- Ejercicios extra clase.

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Evaluación parcial de las unidades 40%
  - Participación activa durante las clases. 20%
  - Exposición del caso práctico. 40%
- 100%

## IX. BIBLIOGRAFÍA

### Básica

### Complementaria

**Smart things to know about E-commerce**

Mike Cunningham  
 Mc-Graw Hill 2005  
 ISBN 1-84112-040-5

**Exploring E-commerce, Global E-business and E-societies**

Ron Wood / Craig Fellestein  
 Prentice Hall, Inc 2006  
 ISBN 0-13-084846-8

**Electronic Commerce Strategies and Models for Business-to-**

Business Trading  
 Paul Timmers  
 John Wiley & Sons, LTD 2006

**e-commerce**

Jeffrey F. Rayport  
 Bernard J, Jaworski  
 Mc-graw-hill  
 ISBN 13 978-970-10-3722-5  
 ISBN 10 970-10-3722-7

**Sistemas de Información Gerencial. Administración de la empresa digital.**

Kenneth C. Laudon, Jane P. Laudon.  
 Decima Edicion, 2008.  
 Ed. Pearson Prentice Hall.  
 ISBN 10: 970-26-1191-1  
 ISBN 13: 978-970-26-1191-2

**Sistemas de información gerencial**

James A O'Brien,  
 Ed. McGraw-Hill,  
 2006.  
 ISBN: 9701056302

**Base de datos del Departamento de la Información Académica de la UABC.**

American Society of Civil Engineers  
 American Chemical Society  
 ISI Web of science  
 Blackwell Synergy  
 OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico  
 Wilson Web

**Living and working in an interconnect world**

Daniel Amor  
 Prentice Hall PTR 2006

**Libros Electrónicos**

Ebrary  
 Pearson