

TÉCNICO SUPERIOR UNIVERSITARIO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS ÁREA MERCADOTECNIA

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	Comercio electrónico
2. Competencias	Administrar el proceso de comercialización de acuerdo a las características de la empresa y su entorno, para contribuir a la competitividad de la misma. Desarrollar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio, para el fortalecimiento nacional e internacional de las organizaciones.
3. Cuatrimestre	Quinto
4. Horas Prácticas	44
5. Horas Teóricas	16
6. Horas Totales	60
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	3
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno administrará un negocio en línea, considerando la estrategia comercial: investigación de mercados, segmento de mercado, CRM, mezcla de mercadotecnia, y el diseño del sitio para ampliar las oportunidades de mercado.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Medios de información electrónicos	7	3	10
II. Servicio a clientes en línea	7	3	10
III. Desarrollo de un producto virtual.	9	6	15
IV. Diseño de un sitio	21	4	25
Totales	44	16	60

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I. Medios de información electrónicos
2. Horas Prácticas	7
3. Horas Teóricas	3
4. Horas Totales	10
5. Objetivo	El alumno estructurará segmentos de mercado de acuerdo al producto a posicionar en el mercado de destino, a través de la información obtenida en medios electrónicos, para realizar negociaciones en línea y cumplir con las restricciones legales y objetivos mercadológicos.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Panorama general de los medios electrónicos.	Identificar los medios electrónicos actuales y su uso en la mercadotecnia haciendo especial énfasis en los negocios en línea.	Seleccionar la forma de los negocios en línea a ejecutar.	Responsabilidad Confidencialidad Objetividad Organización Honestidad Lealtad Ética
La obtención de información del mercado a través de internet.	Describir la aplicación de la investigación de mercados cualitativa y cuantitativa en internet. Considerando: -registros de bases de datos, - usos de los cuestionarios en línea, -explicación del concepto de personalización masiva o de sindicación (RSS).	Adaptar la metodología cualitativa y cuantitativa de la investigación de mercados en negocios en línea	Responsabilidad Creatividad Confidencialidad Objetividad Organización Asertividad Persuasión Honestidad Lealtad Discreción

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Instrumentos de recolección de información electrónica.	Reconocer los instrumentos de recolección de la información (encuesta y cuestionario), haciendo uso del internet.	Diseñar un instrumento de recolección de información en línea.	Perseverancia Responsabilidad Trabajo por objetivos Trabajo en Equipo Organización Objetividad Confiabilidad
Segmentación de mercados en línea.	Identificar de los diversos segmentos de mercado: demográfico, psicográfico, geográfico y sociográfico,	Elaborar el perfil de un segmento de mercado para un producto en línea.	Capacidad de análisis Objetividad Imparcialidad Responsabilidad Confiabilidad Puntualidad

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un reporte a partir de casos prácticos de mercadotecnia que incluyan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un análisis de medios electrónicos. - Justificación del medio elegido. - Investigación de mercados en internet. - El perfil del mercado meta. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analizar medios electrónicos empleados por la mercadotecnia. 2. Comprender la metodología de investigación de mercados para negocios en línea. 3. Comprender procedimiento para definir segmentos de mercado. 4. Relacionar la información obtenida a través de internet que le permita definir el segmento de mercado al que va dirigido el producto. 5. Elaborar el perfil del segmento de mercado elegido. 	<p>Estudio de casos Lista de verificación</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Solución de problemas Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de información. Equipo colaborativo	pintarrón computadora cañón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1.Unidad Temática	II. Servicio a clientes en línea
2.Horas Prácticas	7
3.Horas Teóricas	3
4.Horas Totales	10
5.Objetivo	El alumno formulará estrategias de servicio y seguimiento a clientes utilizando el CRM, las comunidades virtuales y redes sociales como estrategia de mercadotecnia para eficientar el proceso de servicio a clientes.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tipos de clientes de negocios virtuales.	Identificación de clientes en línea contra clientes tradicionales.	Determinar el perfil de un cliente de un negocio en línea.	Responsabilidad Confidencialidad Objetividad Organización Honestidad Lealtad Ética
Comunidades Virtuales y Redes Sociales.	Enlistar las diferentes herramientas de internet en la creación de redes sociales y de comunidades virtuales Definir los conceptos de blog, wikis, podcast, rss.	Diseñar una red social y una comunidad virtual como estrategia mercadológica.	Responsabilidad Creatividad Confidencialidad Objetividad Organización Asertividad Persuasión Honestidad Discreción
Administración de las relaciones con el cliente en línea.	Describir el proceso del seguimiento de los clientes con el uso de la tecnología en línea (CRM).	Crear un programa de seguimiento a clientes en línea.	Liderazgo Perseverancia Responsabilidad Trabajo por objetivos Trabajo en Equipo Organización Objetividad Confiabilidad Disciplina Puntualidad

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

DOCUMENTO NO CONTROLADO

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Presentará una propuesta de seguimiento de clientes en línea que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none">-Perfil del cliente-Comunidad virtual-CRM en línea	<ol style="list-style-type: none">1. Analizar los segmentos de mercado para clientes en línea y clientes tradicionales.2. Comprender procedimiento para la creación de redes sociales por internet.3. Elaborar la estrategia de administración de la relación con los clientes para el producto en línea.	<p>Estudio de caso Lista de verificación</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de información Equipo colaborativo Lectura asistida y solución de problemas	Pintarrón Medios impresos Computadora Cañón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	III. Desarrollo de un producto virtual.
2. Horas Prácticas	9
3. Horas Teóricas	6
4. Horas Totales	15
5. Objetivo	El alumno trazará estrategias de negocios en línea a través de la planeación estratégica de concepto y marca para el desarrollo comercial del producto.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Modelos de negocios en la web.	Identificar los diversos modelos de negocio en línea, definiendo B2B, C2C, B2C, C2B, A2B, A2C, A2A.	Diferenciar los modelos para la operación de un negocio en línea.	Responsabilidad Objetividad Organización
Mezcla de mercadotecnia para productos en línea.	Reconocer los elementos de la mezcla de mercadotecnia aplicados a la venta en línea.	Estructurar la mezcla de mercadotecnia para un producto en línea: Catálogo de productos Precio y formas de pago, Centros de distribución, Promoción del sitio y del catálogo de productos.	Creatividad Organización Asertividad Persuasión

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Planeación de un sitio web.	Identificar las etapas de la planeación de un sitio web: -Alineamiento al plan estratégico -Impacto en los objetivos del negocio. -Justificación, -Programa de trabajo. -Costo Beneficio. -Riesgos y Alternativas.	Estructurar un plan de desarrollo de un sitio web.	Liderazgo Perseverancia Responsabilidad Trabajo por objetivos Trabajo en Equipo Organización Objetividad Confiabilidad Disciplina Puntualidad
Creación y mantenimiento de marcas en línea.	Describir el proceso de creación y registro de marca en línea, incluyendo los conceptos de registro de dominio, hosting y branding en línea.	Estructurar un programa con los pasos del proceso de creación y/o adaptación de una marca a la plataforma de mercados en línea.	Ética Empatía Responsabilidad Honestidad Respeto Lealtad Tolerancia

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>Elaborará un proyecto de desarrollo de un sitio web que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plan estratégico - El modelo de negocios elegido - Los componentes de la mezcla de mercadotecnia: - Una gráfica de gantt con los pasos para la creación y registro. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender modelos de negocio en línea. 2. comprender mezcla de mercadotecnia a productos en línea. 3. Identificar los pasos de la planeación de un sitio web. 4. Comprender el proceso de creación y registro de marca en línea. 5. comprender proceso de creación y registro de una marca al mercado en línea. 	<p>Proyecto Lista de Cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

APROBÓ: C. G. U. T.

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Solución de problemas Tareas de investigación	pintarrón computadoras medios impresos cañón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
x		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

UNIDADES TEMÁTICAS

1.Unidad Temática	IV Diseño de un sitio
2.Horas Prácticas	21
3.Horas Teóricas	4
4.Horas Totales	25
5.Objetivo	El alumno administrará un sitio web de un negocio a través del diseño comercial, la formulación del contenido y el manejo de su imagen para establecer y mantener las bases del comercio en línea.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Arquitectura, protocolos y seguridad en línea.	Identificar las herramientas del software Flash Dreamweaver o FrontPage disponible para la creación de sitios web. Describir las diferentes arquitecturas, protocolos y tipologías de seguridad en línea y sus costos	Diseñar un sitio web. Determinar protocolos y tipología de seguridad requerida del sitio web de un negocio. Elaborar el presupuesto.	Responsabilidad Confidencialidad Objetividad Organización Honestidad Lealtad Ética

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Administración de un sitio de un negocio en línea.	Relacionar el conocimiento de la mercadotecnia en línea al desarrollo de sitios web.	Administrar un sitio web de un negocio en línea.	Liderazgo Perseverancia Responsabilidad Trabajo por objetivos Trabajo en Equipo Organización Objetividad Confiabilidad Disciplina

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Presentará un proyecto de sitio web que contenga: - Diseño y mapa del sitio. - Plan de administración del sitio. - Presupuestos	1. Identificar herramientas de software. 2. comprender procedimiento para desarrollo de software. 3. Identificar la estructura de las diversas arquitecturas, protocolos y tipologías de los sitios web. 4. Analizar los sistemas de seguridad en línea. 5. Diseñar un sitio web.	Proyecto Lista de Cotejo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de información Equipo colaborativo Lectura asistida y solución de problemas	pintarrón computadoras medios impresos cañón

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Diseñar estrategias de producto con base en los resultados de la investigación de mercados para lograr su posicionamiento, participación y penetración en el mercado meta.	Elabora un documento en donde justifique las características del producto; descripción física; marca; envase, embalaje y/o etiqueta cuando aplique; mercado meta; ventaja competitiva del producto y principales competidores. En el caso de bienes incluirá.
Proponer estrategias de precio mediante un análisis del entorno y la competencia para cumplir con las metas de rentabilidad.	Elabora un documento en donde presente el análisis de los precios en el mercado, el análisis del perfil socioeconómico de su mercado meta, la selección y justificación de la estrategia.
Elaborar estrategias de mercado con base en los resultados del análisis situacional y considerando los recursos disponibles para coadyuvar al logro de los objetivos	Elabora el apartado de estrategias en donde las fundamente operativa y financieramente, acordes a los objetivos y al mercado que van dirigidas.
Desarrollar nuevas oportunidades de negocio mediante el diseño de bienes o servicios, para la satisfacción de las necesidades detectadas.	Realiza la propuesta de nuevos bienes o servicios que incluya el programa de implementación de la misma (qué, quién cuándo, cómo, dónde, cuánto y con qué).
Elaborar planes de negocio de Comercio Exterior con base a las necesidades detectadas en mercados globalizados para el fortalecimiento de la empresa.	Elabora el plan de negocios de comercio exterior con los siguientes requisitos: descripción del negocio, análisis del mercado internacional, plan administrativo, planes operativos de producción y mercadotecnia, riesgos críticos, la integración del plan financiero.

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

COMERCIO ELECTRÓNICO

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Laudon, K	(2009) 4ta. Edición	<i>E-Commerce (Negocios, Tecnología, Sociedad)</i>	D.F.	México	Pearson Educación Sello editorial: Prentice Hall
Coto, M	(2008)	<i>El Plan de Marketing Digital</i>	D.F.	México	Pearson Educación Sello editorial: Prentice Hall
Coto, M	(2008)	<i>De Second Life al Marketing en Metaversos</i>	D.F.	México	Pearson Educación Sello editorial: Prentice Hall
Rayport	(2002)	<i>E-Commerce</i>	D.F.	México	Mc. Graw Hill
Fleming, P.	(2000)	<i>Hablemos de Marketing Interactivo: Reflexiones Sobre Marketing Digital y Comercio Electrónico</i>	Barcelona	España	ESIC
Awad, E.	(2006)	<i>Comercio Electrónico</i>	Barcelona	España	Anaya Multimedia
Puentes, J.	(2009)	<i>Principios de Seguridad en el Comercio Electrónico</i>	D.F.	México	Alfaomega

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA CARRERA DE
DESARROLLO DE NEGOCIOS

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2009

F-CAD-SPE-23-PE-XXX