



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Informática y Sistemas

Licenciatura en Tecnologías de la Información

Plan de Estudios 2013



PROGRAMA DE ESTUDIOS

F1490	E-Commerce		
	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos
	2	3	7
Tipo:	Obligatoria		
CARRERA(S)			
Licenciatura en Tecnologías de la Información			
ÀREA DE FORMACIÓN			
Sustantiva Profesional			
ÀREA DE CONOCIMIENTO			
Entorno Social			
ASIGNATURAS ANTECEDENTES Y SUBSECUENTES			
Antecedentes:			
Subsecuentes:			

Presentación

La asignatura de E-Commerce pertenece al área de conocimiento de Entorno Social y al área de formación Sustantiva Profesional. Vivimos en la era de la información donde la tecnología cambia vertiginosamente. Todo aquel que quiera mantenerse competitivo en un mundo globalizado necesita hacer uso de las modernas herramientas electrónicas disponibles para el acceso a la información y su adecuado procesamiento.

Esta materia se incluye en el plan de estudios por que permitirá que el estudiante adquiera los conocimientos, capacidades y habilidades, así como las herramientas y bases firmes para identificar nuevas estrategias que le permitan proyectar a las empresas a incursionar en los nuevos mercados que ofrecen los negocios electrónicos y brindarles la posibilidad de tener una visión más clara para participar en el descubrimiento y captación de nuevos nichos de mercado e identificar los



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Informática y Sistemas

Licenciatura en Tecnologías de la Información

Plan de Estudios 2013



deseos y necesidades de los consumidores y/o usuarios en las nuevas economías. En este contexto, la División Académica de Informática y Sistemas, contribuye de forma concreta a dar una respuesta adecuada a las necesidades de capacitación y formación de los recursos humanos relacionados con las áreas de T.I, contribuyendo así, al desarrollo integral de los sectores productivos del estado y la región.

Objetivo General

Aplicar los conocimientos y habilidades relacionados con el E-Commerce para gestionar y administrar nuevos procesos de comercialización y promoción de productos o servicios en negocios electrónicos e integrar nuevas estrategias de mercado en las redes sociales.

Perfil de la Asignatura

- Diseño y desarrollo de un modelo de negocio aplicando E-Commerce.
 - Instalar, desarrollar y operar una tienda en línea.
 - Formular estrategias de comercio electrónico.
 - Formular estrategias de presencia en redes sociales.
- Medición de estrategias en redes sociales.

Producto Final / Evidencia de Aprendizaje

Exámenes por capítulo.

Contenido Temático

UNIDAD I. Servicios de internet

UNIDAD II. Plataformas de comercio electrónico.

UNIDAD III. Mercadotecnia Digital.

UNIDAD IV. Estrategias de Redes Sociales.

Métodos, Técnicas y Materiales de Apoyo recomendables

Exposición de temas

Investigación de información pertinente al capítulo

Lectura puntual y minuciosa de cada una de los subtemas de la unidad

Presentación del material de la currícula de manera general, resaltando los beneficios y los aspectos prácticos que contiene el material propuesto.

Criterios de Evaluación y Acreditación (Estrategias de Evaluación)

	%
Exámenes	40
Tareas	10



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Informática y Sistemas

Licenciatura en Tecnologías de la Información

Plan de Estudios 2013



Proyecto 50

Perfil del Docente

El perfil ideal del docente para la asignatura E-Commerce es el de un egresado de la Licenciaturas en: Comercio Electrónico, Tecnología de la Información, Administración de Tecnologías de la Información, o áreas afines, preferentemente con estudios de Posgrado.

Un perfil alternativo sería un docente que posea la Licenciatura o Posgrado en Administración de empresas o Mercadotecnia con conocimientos, habilidades y experiencia en el diseño y administración de modelos de negocios mediante el uso de T.I.

Son actitudes necesarias en el docente de esta asignatura:

- Que promueva el aprendizaje colaborativo basado en proyectos y problemas.
- La planeación y gestión de sus clases
- El uso y manejo de recursos didácticos.
- El manejo de grupos.
- Fomentar la responsabilidad y los valores en el estudiante.

Bibliografía

Básica

1. Fernández Valiñas, Ricardo. Manual para elaborar un Plan de Mercadotecnia. Ed. Mc Graw Hill. México 2007
2. Kotler, Philip y Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing. Ed. Pearson. México 2006
3. Schneider Gary P. Electronic Commerce. Ed. Thomson. México 2006
4. E-Commerce for Organizational Development and Competitive Advantage. 2013
- 5 Manual de Prestashop

Complementario

1. Malhotra, Narres K. Investigación de Mercados. Ed. Prentice Hall. México 2006
2. Burgos Daniel y Luz de León. Comercio electrónico, publicidad y marketing en Internet. Ed. Mc Graw Hill
3. Hayes, Bob E. Como medir la satisfacción del cliente. Ed. Oxford. México 2003
4. Craig Fellenstein y Ron Wood. E-commerce. Explorando negocios y sociedades virtuales. Ed. Prentice Hall. Buenos Aires, Argentina (2007)
- 5 Digital Marketing Madness: Social Media Marketing Strategy at SuperLowCost. Mr David Michael Ledezma 2012
- 6 The Best Digital Marketing Campaigns in the World. Damian Ryan, Calvin Jones. 2011



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

División Académica de Informática y Sistemas

Licenciatura en Tecnologías de la Información

Plan de Estudios 2013



Comisión que elaboró el Programa

M.A. Freddy Alberto Morcillo Presenda.	DAIS
M.A.S.I. Arturo Corona Ferreira.	DAIS
M.N. José T. Acosta de la Cruz	DAIS
M.S.I. Gilberto Murillo González.	DAIS