MCC AQUILINO CERVANTES AVILA

NEGOCIOS ELECTRONICOS 1

CARACTERIZACION

1 DISEÑAR, DESARROLLAR Y MANTENER BD.

2 DESARROLLAR E IMPLEMENTAR SISTEMAS DE INFORMACION.

3 UTILIZAR TICS

4 ADMINISTRAR PROYECTOS

5 INTEGRACION DE ARQUITECTURAS

OBJETIVO

APLICAR ELEMENTOS Y CONCEPTOS DE NEGOCIOS ELECTRONICOS.

UNIDAD 1 “Introducción a los negocios electrónicos”

* 1. Origen del internet y el comercio electrónico
  2. Servicios básicos
  3. Definición y conceptos.
  4. Negocios por internet
  5. Ventajas comerciales
  6. Componentes y terminología

1. UNIDAD “ “Arquitectura tecnológica”
   1. plataforma abiertas
   2. consideraciones de hardware
   3. configuración de servicio

UNIDAD 3 “Procesos estratégicos de la empresa”

3.1 Análisis y definición de procesos.  
3.2 Marketing.  
3.3 Consideraciones empresariales.  
3.4 Aspectos legales.  
3.5 Modelos de negocio.  
3.6 Tienda electrónica.  
3.7 Licitaciones.  
3.8 Subastas.  
3.9 Centros comerciales.  
3.10 Escapatorias de marketing.  
3.11 Proveedores de servicios.  
3.12 Integradores.  
3.13 Plataformas.  
3.14 Servicios de confianza.  
3.15 Redes sociales.

UNIDAD 4 “Introducción a los sistemas de pago”

4.1 Dinero electrónico.  
4.2 Sistemas de pago.  
4.3 Sistemas basados en tarjetas.  
4.4 Debito y prepago  
4.5 Micro pago  
4.6 Factura y firma electrónica  
4.7 Certificación de documentos electrónicos.

Evaluacion

Por unidad

Informe 30%

Practica 30%

Proyecto 40%

<http://mikaos.scienceontheweb.net/registros/diagnostico.php>

**COMERCIO ELECTRÓNICO**

Cualquier actividad que involucre interacción electrónica de clientes, empresas, gobierno.

Cualquier forma de transacción electrónica que evite el contacto directo para la persona.

Lo comercializado pueden ser productos o servicios.

Comercio electrónico {por bienes o servicios { Indirecto utiliza canales mixtos de comunicación o  
 respuesta.  
 { Directo solo se emplea canales directos.

{Por el tipo o parte que realiza la transacción {b2b, b2c, c2c.

G2B, G2C, M2C}

Intranet {workflow

Groupware}

IPVN – canal privado de comunicaciones.

OVERNET - ares, torrent, emule.

Publicidad  
anuncio de servicios { Pasivo- eventos en plataformas fijas (sección amarilla)

Activo- anuncios utilizando alguna plataforma de comunicación masiva  
 (email)

Tipo de producto  
analogía con el mundo real

Formato de informe de práctica.

1. Portada
2. Descripción del problema
3. Desarrollo de caso de uso  
   diagrama  
   descripción
4. Observaciones y conclusiones.

¿Negocio por internet?

¿A quién le quiero vender?

-sexo  
-edad  
potencial de compra

Medios de contacto

-internet, red móvil.

-medios alternos

-contacto directo

Reinvestigacion de mercado.

-detección de necesidades

-creada

-condicionada

-Real

-ficticia

-nichos de oportunidad.

Determinar preguntas detonadoras

¿Qué tanto utilizas el servicio?

¿te seria útil?

¿Qué tanto utilizas el medio de contacto x?