

Programa de Asignatura

Historia del programa

Lugar y fecha de elaboración	Participantes	Observaciones (Cambios y justificaciones)
Cancún, Q. Roo, 03/12/2016	M. en C. Nancy Aguas García Mtro. Rodrigo L. Guillén Bretón	Creación del programa para incorporarse como asignatura de pre-especialidad de Ingeniería en Datos e Inteligencia Organizacional.

Relación con otras asignaturas

Anteriores	Posteriores
Gestión del conocimiento	a) Analítica para la Inteligencia de negocios
a) Memoria organizacional	-Negocios electrónicos.

Nombre de la asignatura	Departamento o Licenciatura
Negocios digitales	Ingeniería en Datos e Inteligencia Organizacional

Ciclo	Clave	Créditos	Área de formación curricular
3 - 4	ID3422	6	Licenciatura Preespecialidad

Tipo de asignatura	Horas de estudio			
	HT	HP	TH	HI
Seminario	32	16	48	48

Objetivo(s) general(es) de la asignatura

Objetivo cognitivo

Describir los conceptos y elementos principales relacionados a los Negocios Digitales, para el conocimiento de un marco contextual.

Objetivo procedimental

Evaluar los elementos principales de los Negocios Digitales, para la resolución de problemas relacionados con el ámbito de la empresa y del negocio en el contexto de los medios electrónicos.

Objetivo actitudinal

Fomentar el trabajo colaborativo y la responsabilidad en la resolución de ejercicios y la solución de problemas para el desarrollo de las habilidades requeridas.

Unidades y temas

Unidad I. FUNDAMENTOS

Discutir los diferentes conceptos y definiciones relacionadas con los negocios digitales para la identificación de los elementos que integran a los mismos.

- 1) Conceptos: empresa, negocio, e-commerce, e-business
- 2) Negocios digitales: portales, escaparates, comunidades, tiendas, centros comerciales, subastas y licitaciones.
- 3) Modelos de negocio en la economía digital
- 4) Arquitectura tecnológica de un negocio digital
- 5) Tendencias

Unidad II. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

Emplear los elementos del negocio y comercio electrónico para su utilización como herramientas estratégicas de los negocios digitales.

- 1) E-ambiente: factores legales, económicos, ambientales, políticos y sociales
- 2) Estrategia en los negocios digitales: análisis y redefinición de procesos, definición de objetivos y estrategias, implementación.
- 3) Aprovechamiento electrónico (e-procurement)

4) Mercados electrónicos y marketing digital

5) Mecanismos de interacción con clientes

Unidad III. DISEÑO DE UN NEGOCIO DIGITAL

Diseñar un negocio digital desde una perspectiva sistémica para la selección adecuada de los componentes de hardware y software.

1) Elementos de un sitio de e-commerce: catálogo de artículos, mecanismos de búsqueda y comercialización, carrito de compras, configurador, cálculo de impuestos, sistema de pago.

2) Ciclo de vida del desarrollo del negocio digital

3) Casos de estudio

4) Caso práctico

Unidad IV. CONSTRUCCIÓN DE UN NEGOCIO DIGITAL

Construir un negocio digital para su integración en una organización.

1) Capa de presentación (presentación layer).

2) Capa de datos (data layer).

3) Capa de negocios (bussines layer).

4) Implementación de mecanismos de seguridad.

Actividades que promueven el aprendizaje

Docente

Estudiante

Exposición docente.
 Ideas previas.
 Trabajo colaborativo.
 Mapas conceptuales.
 Discusión de casos prácticos.
 Cuestionamiento de actitudes y valores en el ámbito personal y social.
 Potenciar la solidaridad, pluralidad, equidad y responsabilidad en la acción personal y social

Investigación documental.
 Investigación de campo.
 Elaboración de planteamientos en ensayos personales y académicos.
 Análisis de problemas o casos y planteamiento de propuestas de solución.
 Construcción de aprendizaje basado en problemas.
 Revisión de textos para su análisis.
 Practica de la reflexión a través del debate y su participación en foros.

Actividades de aprendizaje en Internet

Revisar contenidos y materiales como diapositivas, videos, casos, etc.

Participar en foros de discusión

Construir conceptos y analizar de casos usando wikis

Realizar evaluaciones en línea

Utilizar el buzón de tareas

Desarrollar estrategias de negocio electrónico para ser aplicadas en el sitio desarrollado.

Analizar y diseñar una aplicación de negocio digital utilizando herramientas de uso libre.

Se promoverá el uso de mecanismos asíncronos (correo electrónico, grupo de noticias, WWW y tecnologías de información) como medio de comunicación.

Criterios y/o evidencias de evaluación y acreditación

Criterios	Porcentajes
Evidencias individuales (investigación, ensayos, lecturas, etc.)	20
Evidencias equipo (ejercicios, casos, proyectos, etc.)	30
Evidencias grupales (asambleas, lluvias de ideas, etc.)	30
Exámenes y exámenes	20
Total	100

Fuentes de referencia básica

Bibliográficas

Chaffey, D. (2014) Digital Business & E-Commerce Management Strategy Implementation & Practice (6ta. Edición) EUA: Trans-Atlantic Publications.

Giurfa Se. G. (2012) El ABC del Comercio Electrónico: Los Primeros pasos para crear una Empresa en Internet (1ª edición) España: Editorial Académica Española.

Laudon, K., Travers, C. (2013). E-Commerce 2014: business, technology, society. (10ª edición) EUA: Prentice Hall.

Nahai, Nathalie (2014). Website Branding for Small Businesses: Secret Strategies for Building a Brand, Selling Products Online, and Creating a Lasting Community. (1ª edición) EUA: Allworth Press.

Schlie, E., Rheinboldt, J., Waesche, N. (2011) Simply Seven: Seven Ways to Create a Sustainable Internet Business. (1ª edición) EUA: Palgrave Macmillan.

Web gráficas

Asociación Mexicana de Estándares de Comercio Electrónico (<http://www.amece.org.mx/amece/>)

Asociación Mexicana de Internet (<http://www.amipci.org.mx/>)

OECD Internet Economy Outlook (http://www.oecd.org/2_sti/interneteconomy/ieoutlook.htm)

Comercio Electrónico Global (<http://www.e-global.es/>)

Portal de negocios y comercio (<http://www.todoecommerce.com>)

Fuentes de referencia complementaria

Bibliográficas

Acosta, F. (2011) INCOTERMS: términos de compra-venta internacional. (3ª. Edición) México: Ediciones Fiscales ISEF.

Baker, Deborah J. (2012). Gale e-commerce sourcebook. (2º Edición) EUA: Gale Thomson.

Carlino, B. (1998). Firma digital y derecho societario electrónico. México: Ed. Colofón/Rubinzal-Culzoni.

Developers DevZone (2011). Building eCommerce Applications. (1a edición) EUA: O'Reilly.

Holiday, R. (2014). Growth Hacker Marketing. El Futuro Del Social Media Y La Publicidad (1ª. Edición) España: Anaya Multimedia.

Moreno, M. (2015).Cómo triunfar en las redes sociales: Consejos prácticos y técnicas para conseguir todo lo que te propongas en Internet y sacarle más partido a tus redes ... Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn. (1ª. Edición).España: Gestión 2000

Web gráficas

.

Perfil profesiográfico del docente

Académicos

Maestría en Tecnologías de la Información o Negocios Electrónicos. Deseable doctorado.

Docentes

Tener experiencia docente a nivel superior mínima de 3 años en ingeniería.

Profesionales

Tener experiencia en desarrollo de aplicaciones de negocios y comercio electrónico en la industria.