

Programa de Asignatura

Historia del programa

Lugar y fecha de elaboración	Participantes	Observaciones (Cambios y justificaciones)
Cancún, Quintana Roo a 21 de Mayo del 2012.	M.A. Rodrigo Leonardo Guillén Breton.	El programa se estructuró a partir de temas propuestos por: la Academia de Tecnología Informática y actualización en el nuevo formato del plan 2011 NI

Relación con otras asignaturas

Anteriores	Posteriores
NI0215 Taller de Software para Negocios Internacionales a) Páginas Web	Ninguna.

Nombre de la asignatura	Departamento o Licenciatura
Marketing en los negocios electrónicos	Ingeniería en Datos e Inteligencia Organizacional

Ciclo	Clave	Créditos	Área de formación curricular
3 - 4	NI3431	6	Licenciatura Elección Libre

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

Objetivo(s) general(es) de la asignatura

Objetivo cognitivo

Diferenciar las estrategias de mercadotecnia en los negocios electrónicos, para la inferencia de su uso dentro del comercio electrónico.

Objetivo procedimental

Aplicar los conocimientos relativos a las estrategias de mercadotecnia en los negocios electrónicos, para su uso en el comercio electrónico.

Objetivo actitudinal

Promover la responsabilidad social en la mercadotecnia de los negocios electrónicos, para su práctica en el comercio electrónico.

Unidades y temas

Unidad I. LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA.

Explicar los conceptos básicos de la mezcla de la mercadotecnia, para la inferencia de su importancia en los negocios electrónicos.

- 1) Precio
- 2) Plaza
- 3) Promoción
- 4) Producto

Unidad II. NEGOCIOS EN INTERNET.

Aplicar los conceptos básicos de Negocios en Internet, para su empleo en el comercio electrónico.

- 1) ¿La WEB?, plaza o promoción
- 2) B2C
- 3) B2B
- 4) La cadena productiva
- 5) Los inicios (la locura)

6) El silencio (la ruina de los e-business)

7) El nuevo Internet

Unidad III. LA MERCADOTECNIA INTERACTIVA.

Aplicar los conceptos básicos de internet, dominio y portales electrónicos, para su empleo en el comercio electrónico.

1) El portal

2) El portal informativo

3) El portal interactivo

4) El portal transaccional

Actividades que promueven el aprendizaje

Docente

Exposición docente
Ideas previas
Trabajo en equipo
Mapas conceptuales
Discusión de casos prácticos
Discusión de temas en foro grupal virtual

Estudiante

Investigación bibliográfica
Consulta en guía didáctica
Trabajo en equipo
Resolución de ejercicios en clase
Resolución de casos prácticos
Trabajo en páginas WEB.
Discusión de temas en foro grupal virtual
Experiencias de aprendizaje en Internet

Actividades de aprendizaje en Internet

El estudiante deberá acceder al portal:

www.nic.mx, para actividad de registro de dominio de página Web.

www.wix.com, para ilustrar elaboración de páginas web.

www.paypal.com para ilustrar transacción en línea, para actividad de e-commerce.
www.verysign.com ilustrar compra en línea, para actividades de e-commerce.

Crterios y/o evidencias de evaluacin y acreditacin

Crterios	Porcentajes
Exámenes Parciales	20
Trabajo en Equipo	20
Reporte de Lecturas	10
Reporte de investigacin	20
Reporte de Casos	30
Total	100

Fuentes de referencia bsica

Bibliogrficas

Cunningham, Michael (2001). B2B, como desarrollar una estrategia de comercio electrnico. Mxico: Ed. Prentice Hall.

Hurley, Patel (2001). E- trading. Inversiones a travs de Internet. Mxico: Editorial Pearson

Kotler, Philip (2006). Marketing Management. Mxico: Ed. Prentice Hall.

Lavilla, M (2000). La actividad publicitaria en Internet. Mxico: Ed. Ra-ma.

Web grficas

www.paypal.com
www.nic.mx,
www.wix.com
www.verysign.com

Fuentes de referencia complementaria

Bibliogrficas

Amor, Daniel (2000). La revolucin E-Business. Mxico: Ed. Prentice Hall-Pearson.

Cohen, Asin Lares (2000). Sistemas de Información para los negocios. México: Ed. Mc Graw Hill.

Sicher, Tomás M (2006). Principios del e-business. México: Ed. Garnica.

Web gráficas

www.google.com

www.ms.com

www.yahoo.com

Perfil profesiográfico del docente

Académicos

Contar con la licenciatura en Informática, Ingeniería en sistemas, Administración, Negocios Electrónicos, Comercio Internacional con experiencia en el desarrollo comercio electrónico a través de Internet, preferentemente con maestría en Administración, Dirección Internacional, Negocios electrónicos o afín.

Docentes

Tener experiencia docente de tres años a nivel universitario en asignaturas relacionadas con negocios electrónicos.

Profesionales

Tener experiencia laboral de tres años en empresas o instituciones relacionadas con negocios electrónicos y su normativa, asó como desarrollador de proyectos para internet y comercio electrónico.