



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA**  
**VICERRECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN Y SERVICIOS**  
**DEPARTAMENTO ACADEMICO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA**  
**SILABO 2018 B**

**ASIGNATURA: NEGOCIOS ELECTRÓNICOS**

**1. INFORMACIÓN ACADÉMICA**

Periodo académico	<b>2018 - B</b>	
Escuela profesional	<b>Ingeniería de Sistemas</b>	
Código de la asignatura	<b>1304249</b>	
Nombre de la asignatura	<b>Negocios Electrónicos</b>	
Duración	<b>17 semanas</b>	
Condición	Obligatorio:      Electivo: <b>X</b>	
Número de Créditos	<b>3 (tres)</b>	
Número de horas	Teóricas:	<b>2</b>
	Prácticas:	
	Seminarios	
	Laboratorio	<b>2</b>
	Teórico-práctico	
Prerrequisito		

**2. INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA**

<b>Docente</b>	<b>Grado académico</b>	<b>Dpto. Académico</b>	<b>Total de horas</b>	<b>Horario/actividad</b>
César Baluarte Araya	Doctor	Ingeniería de Sistemas e Informática	10 horas	Martes 7.00 – 8.40 A Teoría (Aula-201) Martes 8.50 – 10.30 A Laboratorio Miercoles 8.50 – 10.30 C Laboratorio Miercoles 15.50 – 17.30 B Teoría (Aula-201) Miercoles 17.40 – 19.20 B Laboratorio

**3. FUNDAMENTACION (JUSTIFICACION)...**

El curso de Negocios Electrónicos tiene como propósito es el de proporcionar al estudiante los conocimientos referidos a la forma de hacer negocios desde el punto de vista electrónico a través del empleo de las tecnologías tanto propietarias como libres y así comprender, discutir, analizar y plantear las alternativas frente a la solución que debe darle a los problemas reales en

esta nueva forma de realizar negocios, que coadyuden a las instituciones a ser más competitivas, valorando el aporte que estos modelos de negocio brindan a las instituciones.

#### **4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA:**

- a) Explica, Obtiene y Valora los conceptos generales sobre los negocios electrónicos y de las relaciones que se establecen con el principal elemento que es el cliente a través del comercio y de la administración de su relación
- b) Examina, Obtiene e Integra los negocios electrónicos relacionados a la logística desde la visión de los vendedores y compradores, y estudiándolos en su naturaleza, estructura, funcionalidad y tratando algunos de ellos visualizando la integración que se da a través de las aplicaciones.
- c) Examina, Obtiene e integra los negocios electrónicos relacionados a la administración desde la visión del gobierno electrónico, de los empleados y del negocio móvil, y estudiándolos en su naturaleza, estructura, funcionalidad y tratando algunos de ellos visualizando la integración que se da a través de las aplicaciones.

#### **5. CONTENIDOS**

##### **PRIMERA UNIDAD:**

##### **Capítulo I.- Negocios Electrónicos y la Relación con los Clientes**

1. Clase Inaugural.- Lineamientos del curso.
2. Conceptos Generales, Negocios electrónicos
3. Comercio Electrónico, categorías, modelos de negocios, tipos
4. Administración de la Relación con Cliente
5. Fidelización de Clientes en redes sociales

##### **SEGUNDA UNIDAD:**

##### **Capítulo II.- Negocios Electrónicos y la Logística.**

1. Administración de la Cadena de Suministro
2. E-Procurement
3. E-Marketplace

##### **TERCERA UNIDAD:**

##### **Capítulo III.- Negocios Electrónicos y otros temas relacionados.**

1. E-Learning.
2. E-Government
3. E-Employee
4. M-Business

#### **6. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**

##### **a) Métodos:**

Método expositivo en las clases teóricas,

Método de elaboración conjunta en los laboratorios y/o en la elaboración del proyecto,

##### **b) Medios:**

Pizarra acrílica, plumones, proyector multimedia, material de laboratorio, videos, software.

**c) Formas de organización:**

- i. Clases teóricas: Se emplearán para el desarrollo cognoscitivo y de discusión sobre los temas conceptuales base para las etapas siguientes en el desarrollo de la asignatura.
- ii. Seminarios:
- iii. Practicas:
- iv. Laboratorio: Se aplicarán para que los estudiantes aprendan las herramientas informáticas que les permitan modelar, diseñar, desarrollar lo referido a los temas a que dan lugar.
- v. Otro:

**d) Programación de actividades que integren investigación formativa y responsabilidad social.**

- i. Investigación Formativa:  
Se realizará un trabajo de campo de un módulo donde los estudiantes desarrollarán el tutorial o tema asignado.
- ii. Responsabilidad Social:

**7. CRONOGRAMA ACADEMICO**

Semana	Tema / Evaluación	% Avance	%Acumulado
1,2	Tema 01 conceptos de negocios electrónicos y las relaciones que se establecen con el cliente	12%	12%
3,4	Tema 02 Examina los negocios electrónicos relacionados con las Ventas - Comercio Electrónico	12%	24%
5	Tema 03 Examina los negocios electrónicos relacionados con los Clientes - Administración de la Relación con Cliente	6%	30%
6	Examen parcial	6%	36%
7,8	Tema 04 Examina los negocios electrónicos relacionados con la logística - Administración de la Cadena de Suministro	12%	48%
9	Tema 05 Examina los negocios electrónicos relacionados con la logística - E-Procurement	6%	54%
10	Tema 06 Examina los negocios electrónicos relacionados con la logística - E-Marketplace	6%	60%
11	Examen parcial	6%	66%
12	Tema 07 Examina los negocios electrónicos relacionados con el aprendizaje - E-Learning	6%	72%
13	Tema 08 Examina los negocios electrónicos relacionados con el gobierno electrónico -E-Government	6%	78%
14	Tema 09 Examina los negocios electrónicos relacionados con los empleados - E-Employee	6%	84%
15	Tema 10 Examina los negocios electrónicos relacionados con el negocio móvil - M-Business	6%	90%
16,17	Examen Parcial y Revisión	10%	100%

## **8. ESTRATEGIAS DE EVALUACION**

### **Evaluación del Aprendizaje**

1.- **Evaluación Continua.** La ponderación se da de 16, 16 y 18 % para cada fase.

1.1 Se evalúa cada entregable a que da lugar el trabajo que se realiza por laboratorio

1.2 Se evalúa los controles de lectura, casos de estudio u otros.

### **2.- Evaluación Periódica.**

2.1 Primer Examen                      ponderación 16%

2.2 Segundo Examen                  ponderación 16%

2.3 Tercer Examen                    ponderación 18%

### **3.- Examen Subsanación o Recuperación (Sustitutorio):**

Se procede de acuerdo a normatividad.

## **9. REQUISITOS DE APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA.**

- a) El alumno tendrá derecho a observar o en su defecto a ratificar las notas consignadas en sus evaluaciones, después de ser entregadas las mismas por parte del profesor, salvo el vencimiento de plazos para culminación del semestre académico, luego del mismo, no se admitirán reclamaciones, alumno que no se haga presente en el día establecido, perderá su derecho a reclamo.
- b) Para aprobar el curso el alumno debe obtener una nota igual o superior a 10.5, en el promedio final.
- c) El redondeo, solo se efectuará en los cálculos a que dé lugar.
- d) El alumno que no tenga alguna de sus evaluaciones y no haya solicitado evaluación de rezagados en el plazo oportuno, se le considerará como abandono.
- e) El estudiante quedará en situación de "abandono" si el porcentaje de asistencia es menor al ochenta (80%) por ciento en las actividades que requieran evaluación continua (Prácticas, Laboratorio, talleres, seminarios, etc.).

## **BIBLIOGRAFIA**

- a) Huidobro, José/Roldán David; La Tecnología e-Business; Thomson, España, 2005.
- b) Rayport, Jeffrey/Jaworski, Bernard; e-Commerce, McGraw-Hill, México, 2001.
- c) Amor, Daniel; La (R)evolución E-Business, Prentice Hall, Argentina, 2000.
- d) Laudon, Kenneth/Laudon, Jane; Sistemas de Información Gerencial, Pearson, México, 2012
- e) Plant, Robert; ECommerce formulación de una estrategia, Prentice Hall, Argentina, 2001.
- f) Baluarte Araya, César; E-Business, Antología, UNSA, Arequipa, Perú, 2006.
- g) Internet.

**FECHA: 2018 07 20**

-----  
**FIRMAS: Dr. Ing. César Baluarte Araya**