

## Sílabo

### 170350 - Tecnología y Negocios Digitales

#### I. Información general

Nombre del Curso: Tecnología y Negocios Digitales  
Código del curso: 170350  
Departamento Académico: Ingeniería  
Créditos: 4  
Horas Teoría: 3  
Horas Práctica: 2  
Periodo Académico: 2023-01-PRE  
Sección: A  
Modalidad: Presencial  
Idioma: Español  
Docente: MARIO EDUARDO ESCRIBENS OLAECHEA  
Email docente: [escribens\\_me@up.edu.pe](mailto:escribens_me@up.edu.pe)

#### II. Introducción

Internet no solo ha cambiado radicalmente la forma en que nos comunicamos e intercambiamos información, sino que también ha transformado profundamente la forma en que cada empresa lleva a cabo sus actividades, desde adquisiciones, ventas, publicidad y contratación, hasta logística y gestión de recursos humanos. Como se describe en Clegg et al. (2005), de uno de sus entrevistados: 'El e-business es como un pulpo: tiene tentáculos en todas las operaciones de una empresa'.

Esta es una imagen poderosa, y en este curso mostraremos cómo el comercio electrónico se extiende a lo largo de todas las actividades de una organización y a lo largo de toda la cadena de valor, desde las materias primas hasta el consumidor final. En el camino, el comercio electrónico ha transformado la gestión de casi todas las actividades de las organizaciones y la forma en que las empresas se posicionan en el entorno empresarial. El comercio electrónico no solo cambia las actividades internas de la organización, sino también el panorama económico más amplio en el que operan las empresas. El comercio electrónico ha eliminado la mayoría de las fronteras geográficas que definían el campo competitivo en el que competían las empresas. Hoy en día, toda empresa compete en mercados globales y la ubicación geográfica del negocio es cada vez menos relevante, mientras que la capacidad de servir y responder a las necesidades de los clientes,

Los canales digitales ahora son indispensables tanto en los negocios como en la vida cotidiana, ya que los usamos para buscar información sobre cualquier cosa, desde horarios de cine hasta precios de acciones e información médica, y para organizar nuestra vida profesional, social y personal utilizando redes sociales, wikis y blogs. Para prácticamente todos nosotros, el comercio electrónico simplemente ha cambiado casi todos los aspectos de nuestras vidas.

#### III. Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso el estudiante será capaz de identificar y seleccionar la tecnología más adecuada para desarrollar un negocio digital, así como la estructura organizacional más adecuada para su despliegue y la estrategia básica de la cadena de suministro que la sostenga. Asimismo, el estudiante podrá comparar de forma descriptiva y analítica a sus potenciales competidores a través de las herramientas Similar Web y Fanpage Karma.

#### IV. Unidades de aprendizaje

##### Unidad de aprendizaje I: Introducción a los negocios digitales y comercio electrónico

**Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:**

Al finalizar la unidad didáctica I, el estudiante deberá dominar los conceptos generales sobre tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) que subyacen al comercio electrónico. Si bien es esencial construir una base conceptual básica de la tecnología, para apreciar las posibilidades y limitaciones tecnológicas, debe tener cuidado de no obsesionarse o cegarse por los detalles tecnológicos. La tecnología es sólo uno de los componentes esenciales del comercio electrónico. Su objetivo debe ser centrarse en los conceptos clave que necesita para gestionar y utilizar la tecnología y la infraestructura de comercio electrónico.

**Contenidos:**

- Diferencia entre comercio electrónico y negocios digitales
- El impacto de las tecnologías de información y comunicaciones en los negocios tradicionales
- Cómo las tecnologías forman una infraestructura digital y cómo la infraestructura evoluciona.

##### Unidad de aprendizaje II: Análisis del Modelo de negocio para negocios digitales y su mercado

**Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:**

Al finalizar la unidad didáctica II, el estudiante deberá: completar el análisis del mercado de comercio electrónico, así como la evaluación de sus competidores, clientes e intermediarios utilizando tecnologías digitales como parte de un desarrollo estratégico. Identificar los principales negocios del mercado para comunicaciones electrónicas y comercio evaluar la efectividad del negocio, así como su rentabilidad.

**Contenidos:**

- Análisis del mercado objetivo del comercio electrónico
- Ubicación de oportunidad de negocio en el mercado.
- Modelos de negocio para el comercio electrónico
- Cálculo de ventas en el negocio en línea
- Enfoque en empresas start-ups

##### Unidad de aprendizaje III: Gestión de la infraestructura de los Negocios Digitales

**Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:**

Al finalizar la unidad didáctica III, el estudiante deberá ser capaz de delinear los diferentes tipos de tecnologías de los diferentes hardwares y softwares usados para poder construir la infraestructura de un negocio digital entre su organización y sus socios estratégicos

**Contenidos:**

- Análisis de las diferentes plataformas que soportan los negocios digitales
- Componentes de las diferentes infraestructuras digitales
- Enfoque en los servicios web
- Gestión de comunicaciones digitales internas a través del intranet, extranet

**Unidad de aprendizaje IV: Estrategia, sus aplicaciones y Cadena de suministro**
**Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:**

Al finalizar la unidad didáctica IV, el estudiante podrá ser capaz de analizar el modelo de proceso estratégico para un negocio digital además de poder seleccionar y aplicar las herramientas estratégicas para los mismos. Además, podrá identificar los principales elementos de la cadena de abastecimiento y su relación con la cadena de valor y las redes de valor, así como evaluar un sistema de información que soporte la cadena de suministro dentro de ambas cadenas.

**Contenidos:**

- Desarrollo del concepto de lo que es estrategia de negocios digitales
- Análisis estratégico
- Objetivos estratégicos
- Implementación de la estrategia
- Concepto de Cadena de Suministro
- Concepto de la cadena de valor y redes de valor
- Integración de la cadena de suministro a cadenas de valor y redes de valor.

**Unidad de aprendizaje V: Marketing digital**
**Logro de Aprendizaje / propósito de la unidad:**

Al finalizar la unidad didáctica V, el estudiante comprenderá la diferencia entre la estrategia de negocios digital y la estrategia de marketing digital. Será capaz de desarrollar un plan de marketing digital para implementar la estrategia de marketing digital de la organización.

**Contenidos:**

- Fundamentos de marketing digital
- Planeamiento de marketing digital

**V. Estrategias Didácticas**
**VI. Sistemas de evaluación**

Nombre evaluación	%	Fecha	Criterios	Comentarios
1. Notas de Trabajo	40			
1.1. Práctica calificada 1	15			
1.2. Práctica calificada 2	15			
1.3. Trabajo final	30			
1.4. Casos	20			
1.5. Presentaciones grupales	20			
2. Examen Parcial	25			



3. Examen Final	35			
-----------------	----	--	--	--

## VII. Cronograma referencial de actividades

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<b>Semana 1: del 20/03/2023 al 25/03/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje I: Introducción a los negocios digitales y comercio electrónico</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducción al curso</li> <li>Comercio Electrónico</li> <li>Negocio Digital</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 1</li> </ul>	
<b>Semana 2: del 27/03/2023 al 01/04/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje I: Introducción a los negocios digitales y comercio electrónico</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovación y oportunidad de negocio digital</li> <li>Definición de marketing digital</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 1</li> </ul>	
<b>Semana 3 con feriados el jueves 06, viernes 07 y sábado 08: del 03/04/2023 al 08/04/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje II: Análisis del Modelo de negocio para negocios digitales y su mercado</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de mercado para comercio electrónico.</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 2</li> </ul>	
<b>Semana 4: del 10/04/2023 al 15/04/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje II: Análisis del Modelo de negocio para negocios digitales y su mercado</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Mercado B2C o minorista</li> <li>Mercados B2B</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Caso: Amazon en 2021 (515S06-PDF-SPA)</li> <li>Capítulo 2</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Casos</li> </ul>

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<b>Semana 5: del 17/04/2023 al 22/04/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje III: Gestión de la infraestructura de los Negocios Digitales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenido</li> <li>Gestión de la infraestructura de los negocios digitales</li> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 3</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Práctica calificada 1</li> </ul>
<b>Semana 6: del 24/04/2023 al 29/04/2023</b>			
	Asesorías grupales del trabajo final		
<b>Semana 7: del 01/05/2023 al 06/05/2023</b>			
	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación Trabajo Grupal primera parte</li> </ul> Actividades		
<b>Semana 8 de exámenes parciales: del 08/05/2023 al 13/05/2023</b>			
	Examen Parcial		<ul style="list-style-type: none"> <li>Examen Parcial</li> </ul>
<b>Semana 9: del 15/05/2023 al 20/05/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje IV: Estrategia, sus aplicaciones y Cadena de suministro</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia de negocios digitales</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 5</li> </ul>	

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
<b>Semana 10: del 22/05/2023 al 27/05/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje IV: Estrategia, sus aplicaciones y Cadena de suministro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenido</li> <li>Estrategia de negocios digitales - continuación</li> <li>Actividades</li> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 6</li> </ul>	
<b>Semana 11: del 29/05/2023 al 03/06/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje IV: Estrategia, sus aplicaciones y Cadena de suministro</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Cadena de suministro</li> <li>Integración de la cadena de suministro: cadenas y redes de valor</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Caso Zara: An Integrated store and online model (A) (620073-PDF-ENG)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Casos</li> </ul>
<b>Semana 12: del 05/06/2023 al 10/06/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje V: Marketing digital</li> </ul>	Contenido <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing digital</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 7</li> </ul>	
<b>Semana 13: del 12/06/2023 al 17/06/2023</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidad de aprendizaje V: Marketing digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenido</li> <li>Marketing digital (continuación)</li> </ul> Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del profesor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 7</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Práctica calificada 2</li> </ul>
<b>Semana 14: del 19/06/2023 al 24/06/2023</b>			

Unidades de aprendizaje	Contenidos y actividades a realizar	Recursos y materiales	Evaluaciones
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría Grupales Sobre Proyecto Final</li> </ul>		
<b>Semana 15 con feriado jueves 29: del 26/06/2023 al 01/07/2023</b>			
	Actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de los trabajos finales</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo final</li> </ul>
<b>Semana 16 de exámenes finales: del 03/07/2023 al 08/07/2023</b>			
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Examen Final</li> </ul>



## VIII. Indicaciones para el desarrollo del curso

Las instrucciones serán dadas por el profesor durante el transcurso de las clases

## IX. Referencias bibliográficas

### Obligatoria

Dave Chaffey, Tanya Hemphill & David Edmundson-Bird (2019). *Digital Business and e-commerce management* . Harlow: Pearson.

### Recomendada

Kenneth Laudon & Carol Traver (2021). *E-Commerce 2021-2022 business, technology, society* . Harlow: Pearson Education Limited.

Kenneth Laudon & Jane Laudon (2022). *Management Information Systems: Managing the digital firm, Global Edition*. Essex: Pearson Education Limited.