

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SILABO

1. DATOS INFORMATIVOS

| | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1.1 Nombre de la Asignatura | : COMERCIO ELECTRÓNICO |
| 1.2 Código de la Asignatura | : AE845 |
| 1.3 Número de créditos | : 02 créditos |
| 1.4 Carácter de la Asignatura | : Obligatorio |
| 1.5 Ciclo Académico | : VIII |
| 1.6 Total de horas | : 03 horas |
| 1.6.1. Horas de teoría | : 01 horas |
| 1.6.2. Horas de práctica | : 02 horas |
| 1.7 Prerrequisito | : AE635 |
| 1.8 Total de Semanas | : 17 semanas |

2. SUMILLA

La asignatura es obligatoria y pertenece al área curricular de formación profesional especializada, es teórica y práctica, tiene por propósito desarrollar las habilidades y dominios requeridos para desarrollar planes de negocio para empresas que deseen generar ventajas competitivas incursionando en el mundo del comercio electrónico, así como liderar el proyecto de implementación de sistemas e-Commerce y desempeñar exitosamente sus actividades administrativas en empresas que se desempeñan en el comercio tradicional y en el comercio virtual.

3. COMPETENCIAS QUE EL ALUMNO HABRA LOGRADO

- Conocer los conceptos de Internet aplicables a los negocios virtuales.
- Conocer y desarrollar las herramientas de marketing en la web.
- Conocer los diferentes medios, servicios y modelos virtuales que puedan utilizar en los negocios online.

4. PROGRAMACIÓN ACADÉMICA

I UNIDAD ESTRUCTURA DEL E-COMMERCE

Capacidades:

- Define y reconoce modelos y estructuras del e-Commerce.
- Establece procedimientos básicos para reconocer comportamientos del consumidor.

| N° SEMANA | N° SESION | N° HORAS | CONTENIDOS | | | % AVANCE |
|-----------|-----------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| | | | CONCEPTUAL | PROCEDIMENTAL | ACTITUDINAL | |
| 1 | S1 | 4 | Fundamentos y terminología del e-Commerce | | | 5 % |
| 2 | S2 | 4 | Modelos y Estructuras de mercados electrónicos: B2C y e-Marketplace | Identifica modelos de mercados electrónicos | Muestra interés en los mercados virtuales. | 10 % |
| 3 | S3 | 4 | Impacto del e-Commerce en los Sistemas de Comercio Minorista | Reconoce sistemas de comercio minorista | | Investiga sobre modelos y estructuras del e-Commerce en el Perú |
| 4 | S4 | 4 | Modelo de Comportamiento del consumidor | Analiza el comportamiento del consumidor local | | 20 % |
| 5 | S5 | 4 | Mercados para el e-Commerce y el Comprador Corporativo | | | 25 % |
| 6 | PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL | | | | | 33.34% |

II UNIDAD
MODELOS DE NEGOCIOS Y ARQUITECTURA INTERNET 2

Capacidades:

- Conoce las estrategias de promoción en negocios online.
- Elabora proyectos de factibilidad para e-Commerce.

| N° SEMANA | N° SESION | N° HORAS | CONTENIDOS | | | % AVANCE |
|-----------|-----------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| | | | CONCEPTUAL | PROCEDIMENTAL | ACTITUDINAL | |
| 7 | S7 | 4 | Estrategias y Métodos de Promoción en la Web | Se suscriben en un web para vender un bien y planifican su venta | Muestra interés en el e-Commerce Muestran entusiasmo para promocionar sus productos | 40 % |
| 8 | S8 | 4 | Costos y Efectividad de difusión a través de Catálogos en Línea | | | |
| 9 | S9 | 4 | Modelos del e-Commerce B2B | Indagan en nuevas formas de comercio electrónico | | 50 % |
| 10 | S10 | 4 | Arquitectura de Internet 2 | Evalúan utilizar recursos web para extender la promoción de sus productos | | 55 % |
| 11 | S11 | 4 | Modelos de Negocios de Aplicaciones Extranet, Modelo G3B | | | |
| 12 | SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL | | | | | 66.67% |

III UNIDAD SEGURIDAD Y ENCRIPTAMIENTO EN E-COMMERCE

Capacidades:

- Elabora un plan de seguridad en transacciones en e-Commerce
- Realizan el proceso de encriptamiento para las transacciones

| N° SEMANA | N° SESION | N° HORAS | CONTENIDOS | | | % AVANCE |
|-----------|-----------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------|
| | | | CONCEPTUAL | PROCEDIMENTAL | ACTITUDINAL | |
| 13 | S13 | 4 | Seguridad en Sistemas de Pago Electrónico, Débito en e-Commerce y el e-Cash | Diseñan procedimientos de seguridad electrónica en las transacciones | | 70 % |
| 14 | S14 | 4 | Planeamiento Estratégico para el e-Commerce | Realiza un FODA, más estrategias | Valora el esfuerzo en seguridad informática | 75 % |
| 15 | S15 | 4 | Encriptación y Seguridad de Protección al Comprador y al Vendedor. Patentes y Marcas | Exploran los encrespamientos para una mayor confiabilidad | Socializa experiencias entre sus compañeros | 85 % |
| 16 | S16 | 4 | Factores de Éxito del Comercio Electrónico Global. M-Commerce. | | | 93 % |
| 17 | TERCERA EVALUACIÓN PARCIAL | | | | | 100 % |
| 18 | EVALUACION REZAGADOS | | | | | |
| 19 | EVALUACION COMPLEMENTARIO | | | | | |

5. METODOLOGÍA Y/O ESTRATEGIAS DIDACTICAS

En el aspecto metodológico se aplicará el método deductivo, de la definición al ejemplo, de la regla o principio a la discusión de casos reales. Procedimientos: síntesis, ejemplificación, comprobación, demostración, aplicación, verificación, sinopsis. En el desarrollo de las aplicaciones prácticas de laboratorio se promueve la participación del alumno en la discusión de casos de negocios, la navegación a sitios Web dedicados al e-Commerce, y la investigación online. En el transcurso del desarrollo del curso, los alumnos realizarán en grupos un proyecto de negocio e-Commerce, contando con la asesoría del profesor.

6. RECURSOS MATERIALES

- Bibliografía básica y complementaria
- Módulos por Sesión
- Computadoras y Medio audiovisual (Proyector multimedia)
- Pizarra, mota y plumones
- Software especializado: Photoshop cc, CorelDraw X6, DreamWeaver cc, Prezi e Internet.

7. EVALUACION

TA: Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

EP2: 2da evaluación parcial

EF: 3ra evaluación parcial

NF : Nota final

$$NF = \frac{\overline{TA} + EP1 + EP2 + EF}{4}$$

8. BIBLIOGRAFIA

- “E-Business, Una Perspectiva de Gestión” 1ra. Edición, Jonathan Reynolds, UOC (Universitat Oberta de Catalunya), 2013.
- “Cómo iniciar un negocio en Internet”, HOLDEN, Greg, Editorial Norma, Bogotá, 2000.
- “Manual Fundamental: Comercio Electrónico”, Elias M. Awad, Anaya Multimedia, Madrid 2007.
- “E-Commerce: Business, Technology, Society”, Volumen 1. Kenneth C. Laudon, Carol Guercio Traver, Addison-Wesley, 2004.
- “Vender en Internet”, Colección Social Media, Javier Escribano Arrechea, Anaya Multimedia, Madrid Setiembre 2014.