



UNIVERSIDAD PERUANA DEL CENTRO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

SILABO
ASIGNATURA: ELECTIVO: E-BUSINESS

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1 Nombre de la Asignatura	: Electivo: E-Business
1.2 Código de la Asignatura	: ADM-971
1.3 Número de créditos	: 03
1.4 Carácter de la Asignatura	: Obligatorio
1.5 Ciclo Académico	: IX
1.6 Total de horas	: 04
1.7.1. Horas de teoría	: 02
1.7.2. Horas de práctica	: 02
1.7 Prerrequisito	: ADM-636
1.8 Total, de Semanas	: 17 semanas

2. SUMILLA

El curso pertenece al área curricular formativa. Es de naturaleza teórico-práctica y tiene como objetivo desarrollar las competencias necesarias para conocer, entender y aplicar las nuevas tecnologías como apoyo a la gestión integral de clientes, proveedores y empresarios, y así llevar a cabo una adecuada implementación y gestión de proyectos E-Business.

Puntos a tratar: I oportunidad E-business, II E-Business Plan: Oportunidad de Negocio, Desarrollo del sitio web /Implementación / EBranding III: Banca por Internet / Marco legal E-Business

3. COMPETENCIAS

- Los alumnos al terminar el curso, estarán en capacidad de evaluar una iniciativa e-Business, de dimensionar el impacto que podría tener su implementación en una organización tanto internamente como con sus clientes, usuarios o socios de negocios. Así mismo los alumnos estarán en la capacidad de conceptualizar, proponer, gestionar y liderar una iniciativa e-Business en una organización

4. CRONOGRAMA Y CONTENIDOS

UNIDAD I

OPORTUNIDAD E-BUSINESS

Capacidades:

1. Conocer los conceptos y fundamentos del e-Business que permitan incorporar la tecnología E -Business en las empresas

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance								
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL									
1	S1	3h	Presentación y Lectura del Sílabo. Evaluación diagnóstica.	Reconocer los modelos de negocios electrónicos	<ul style="list-style-type: none"> - Participación activa - Conducta ética - Muestra interés en el desarrollo y contenido obtenido en clases 									
	S2	3h	Introducción al curso Que es el E-Business											
2	S1	3h	Evolución del E-Business			Reconocer la diferencia entre e-Business y e-Commerce								
	S2	3h	Impacto del E-Business en las organizaciones											
3	S1	3h	Ecommerce.											
	S2	3h												
4	S1	3h	Diferencias entre E-business / Ecommerce											
	S2	3h	Modelos de negocio: B2C, B2B, B2E, B2G, C2G											
5	S1	3h	Modelos de Negocios en Internet											
			<ul style="list-style-type: none"> - Basados En la audiencia - Comisiones, - Suscripción, - Venta de contenidos etc 											
	S2	3h	Identificación de Oportunidades											
6	S1	3h	Análisis del mercado y sector	PRIMERA EVALUACIÓN PARCIAL										
	S2	3h					33.34%							

UNIDAD II

E-BUSINESS PLAN: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, DESARROLLO DEL SITIO WEB / IMPLEMENTACIÓN / EBRANDING

Capacidades:

1. Comprender y aplicar las tecnologías e-Business orientadas a crear valor y ventaja competitiva

Nº de semana	Nº de sesión	Nº de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
7	S1	3h	E-Business Plan Desarrollo del sitio web Proveedor del servicio de internet	Analizar y resolver los casos e-Business Saber cómo plantear una iniciativa e-Business	<ul style="list-style-type: none"> - Disposición por aprender - Participación activa. - Trabaja en forma grupal para intercambiar información obtenidas 		
	S2	3h	Desarrollo del sitio web Prototipo la solución E-Business usando OSCOMMERCE				
8	S1	3h	Programa E-Marketing: desarrollaran estrategias de precio, distribución y promoción				
	S2	3h					
9	S1	3h	Implementación: Publicación del website y ejecución del programa de Marketing				
	S2	3h					
10	S1	3h	E-Branding Creación y seguimiento de marca				
	S2	3h	Liderazgo de marca				
11	S1	3h	Tipos de marketing en buscadores (Search Marketing)				
	S2	3h	SEO (Search Engine Optimization)				
12	S1	3h	SEM (Search Engine Marketing) Marketing vira				
	S2	3h	SEGUNDA EVALUACIÓN PARCIAL			66.67%	

UNIDAD III
BANCA POR INTERNET / MARCO LEGAL E-BUSINESS

Capacidades:

1. Formular estrategias y tomar decisiones para resolver los casos propuestos que traen consigo retos y oportunidades que el e-Business plantea a los empresarios y gerentes de hoy

N° de semana	N° de sesión	N° de Horas	CONTENIDOS			% de Avance	
			CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
13	S1	3h	Banca por internet: Banca y Pagos Electrónicos.	Identificar los componentes e-Business que permitan la creación valor en un negocio determinado	- Conducta ética - Honestidad intelectual - Trabajo en equipo - Elaboración de ensayos		
	S2	3h	Medios de Pago. Smart Cards				
14	S1	3h	Marco legal de los negocios en internet				
	S2	3h	Delitos informáticos				
15	S1	3h	Marco legal y sus tendencias.			Manejar la tecnología y aplicaciones e-Business para crear ventaja competitiva en las empresas	
	S2	3h	Ley Antispam (modelo americano y europeo).				
16	S1	3h	Marco legal del sector digital en Perú				
	S2	3h	Una mirada a nuestro marco legal local				
17	S1	3h	Caso práctico en clase				
	S2	3h	TERCERA EVALUACIÓN PARCIAL				100 %
18	EVALUACIÓN DE REZAGADOS						
19	EVALUACIÓN COMPLEMENTARIA						

5. METODOLOGÍA Y/O ESTRATEGIAS DIDACTICAS

- 5.1 Métodos: Inductivo, Deductivo, Polémico, Expositivo y Heurístico, Sintético- Analítico.
- 5.2 Técnicas: mapas mentales, mapas conceptuales, diálogo, dinámica de grupos, entre otros.
- 5.3 Formas: oral, escrita, lectura de textos, Reflexiva-Participativo, etc.
- 5.4 Modo: Individual y grupal.

6. RECURSOS MATERIALES

Para el alumno: Cuaderno, papelotes, diapositivas, guías académicas.

Para el profesor:

Equipos:

Multimedia

Materiales:

Plumones

Textos y separata del curso

Videos

Direcciones electrónicas

Carpeta de trabajo

Biblioteca virtual

7. EVALUACION

Se considerará dos dimensiones:

La evaluación de los procesos de aprendizaje y la evaluación de los resultados del aprendizaje. Estas dimensiones se evaluarán a lo largo de la asignatura en cada unidad de aprendizaje, puesto que la evaluación es un proceso permanente cuya finalidad es potenciar los procesos de aprendizaje y lograr los resultados previstos.

La evaluación del proceso de aprendizaje consistirá en evaluar: Los saberes y aprendizajes previos, los intereses, motivaciones y estados de ánimo de los estudiantes, la conciencia de aprendizaje que vive, el ambiente y las relaciones interpersonales en el aula; los espacios y materiales; y nuestros propios saberes (capacidades y actitudes); de modo que permita hacer ajustes a la metodología, las organizaciones de los equipos, a los materiales (tipo y grado de dificultad), etc.

Asimismo, la evaluación de los resultados de aprendizaje consistirá en: evaluar las capacidades y actitudes, será el resultado de lo que los alumnos han logrado aprender durante toda la unidad. Este último será tanto individual como en equipo. Es decir cada alumno al final del curso deberá responder por sus propios conocimientos (50%), deberá demostrar autonomía en su aprendizaje pero también deberá demostrar capacidad para trabajar en equipo cooperativamente (50%). Los exámenes serán de dos tipos: parcial y final.

El promedio de tarea académica (TA) es el resultado de las evaluaciones permanentes tomadas en clase: prácticas calificadas, exposiciones y otros, también es el resultado de la evaluación valorativa: actitudes positivas, participación en clase, reflexiones y otros. Sin embargo los exámenes parcial y final serán programados por la Universidad. El promedio final (PF) se obtendrá de la siguiente ecuación.

TA: Promedio de tareas académica

EP1 :1ra evaluación parcial

EP2 : 2da evaluación parcial

EF: Evaluación Final

NF : Nota final

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

8. BIBLIOGRAFIA

- Curtichs, J. & Fuentes, M. (2011). Sentido Social; La comunicación y el sentido común en la era de la Internet Social. Barcelona: Profit.
- Laudon, K. & Guercio, C. (2010). E-commerce, negocios, tecnología, sociedad. (4ta. Ed.). México: Prentice Hall.
- Fernando M. & Javier G. Posicionamiento en buscadores. Madrid:Anaya.
- Laudon, K. & Laudon, J. (2008). Sistemas de Información Gerencial; Administración de la empresa digital. (10ma. Ed.). México: Prentice Hall.
- Effy, O. (2009). Administración de los Sistemas de Información. (5ta Ed.). México: CengageLearning.