

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

SILABO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

I. INFORMACION GENERAL:

Carrera Profesional	:	Computación e Informática
Modulo	:	Desarrollo de Software y Gestión de Base de Datos.
Unidad Didáctica	:	Comercio Electrónico
Créditos	:	2
Semestre	:	IV
Nº de Horas Semanales	:	04
Nº de Horas Semestrales	:	72

II. SUMILLA

EL curso es de formación especializada. Está dirigido a que el estudiante adquiera conocimientos y técnicas necesarias para la aplicación de principios metodológicos en el uso de las aplicaciones de las herramientas digitales

III. METODOLOGÍA

Las clases se realizarán estimulando la participación activa de los estudiantes mediante las preguntas que puedan hacer en sus exposiciones grupales, análisis de documentos, y videos. El desarrollo del trabajo autónomo y cooperativo, se evidenciará a través del trabajo en equipo, los debates, el juego de roles así como en el aprendizaje basado en proyectos. Dependiendo del tema se podrá realizar talleres de estudio y resolución de casos donde los estudiantes hagan el planteamiento de problemas y de soluciones. Presentar material audiovisual a fin a la asignatura.

IV. COMPETENCIAS DE EMPLEABILIDAD

En esta unidad se pondrá énfasis en que el estudiante ejerza el liderazgo de manera efectiva asumiendo un comportamiento ético en su entorno laboral. Pueda trabajar en equipo fomentando la cohesión del grupo, comunicando sus ideas, asignando funciones y haciendo uso de las herramientas informáticas necesaria para las actividades

Nº	COMPETENCIA DE EMPLEABILIDAD	Nº	COMPETENCIA DE EMPLEABILIDAD
01	COMUNICACIÓN EFECTIVA	X	09 IGUALDAD DE GÉNERO
02	COMUNICACIÓN EN IDIOMA EXTRANJERO Y/O LENGUA ORIGINARIA		10 LIDERAZGO PERSONAL Y PROFESIONAL
03	CULTURA AMBIENTAL		11 GESTIÓN DE CONFLICTOS
04	USO DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS	X	12 EMPRENDIMIENTO
05	TRABAJO COLABORATIVO	X	13 INNOVACIÓN
06	ÉTICA Y CIUDADANÍA		14 Desarrollo ARTÍSTICO
07.	CULTURA FISICA Y DEPORTIVA		15 INTERCULTURALIDAD
08	RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE		16 GESTIÓN DE RIESGOS DE DESASTRES, SALUD Y SEGURIDAD LABORAL

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

V. UNIDADES, TEMARIOS

Unidad I		Duración en horas	8
El comercio electrónico			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar los principales conceptos, fundamentos y evolución del negocio electrónico.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Introducción a los negocios electrónicos ✓ Evolución de E-business ✓ Tipos de E-business ✓ Impacto de E-business en las organizaciones ✓ Diferencias entre E-commerce y E-business <ul style="list-style-type: none"> ✓ La tecnología en los negocios ✓ Las industrias en línea: entretenimiento, redes sociales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responde a los conceptos fundamentales y evolución del negocio electrónico. ✓ Diferencia conceptos E-business y E-commerce. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valora la distinción de los términos E-business y E-commerce. ✓ Se sensibiliza sobre la importancia del negocio electrónico para fortalecimiento de los organismos empresariales. 	
Instrumento de evaluación	• Rúbrica de evaluación		

Unidad II		Duración en horas	24
Tipos de negocio en internet y modelos de negocio electrónico			
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un informe y bosquejos de estrategias para el plan E-business de la empresa en la que desarrolla su proyecto.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Tipos de negocio en Internet <input type="checkbox"/> Identificación del Negocio Online. Empresas virtuales, transformación a empresas virtuales. <input type="checkbox"/> Modelo de Negocios Canvas <input type="checkbox"/> Ubicuidad, Mobile business, emarketplaces <input type="checkbox"/> Mercados electrónicos (ebay, Alibaba, Amazon, etc.) <input type="checkbox"/> Marketing digital, estrategias y herramientas. Tecnologías de marketing en Internet <input type="checkbox"/> Costos y beneficios del marketing online <input type="checkbox"/> Modelo de negocio <input type="checkbox"/> Introducción al E-Business Plan <input type="checkbox"/> Diseño y validación <input type="checkbox"/> Estrategias de implementación / estrategias de marketing en la web <input type="checkbox"/> Desarrollo y prueba piloto <input type="checkbox"/> Concepto de Minimum Viable Product - MVP. <input type="checkbox"/> Verificación de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diferencia los tipos de negocio en Internet. ✓ Presenta bosquejos de estrategias de un plan E-Business relacionado a su proyecto ✓ Construye una versión del Plan de modelo de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Esta sensibilizado para acoger los conocimientos y tecnologías actuales en E-Business para resolver necesidades de implementación mejora en las empresas que lo requieran. ✓ Asume una actitud reflexiva sobre la importancia del e-business en el ámbito empresarial y tecnológico. 	
Instrumento de evaluación	• Prueba de desarrollo		

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

Unidad III <i>E-business Plan</i>		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de elaborar un plan de <i>E-Business</i> e implementar una plataforma <i>E-Commerce</i> utilizando herramientas <i>E-Commerce</i> libres de acuerdo a la estructura y parámetros de trabajo que se defina en el curso.		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conceptos fundamentales de un <i>E-Business plan</i> ✓ Contenido de un <i>E-Business plan</i> ✓ Herramientas <i>E-Commerce</i> libres ✓ Identificación de oportunidades ✓ Análisis del mercado y sector ✓ Soluciones de pago tradicionales en línea y nuevos operadores ✓ Definición del proyecto <i>E-Business</i> ✓ Desarrollo del <i>E-Business plan</i> ✓ Desarrollo del sitio web – Implementación de Plataforma <i>E-Commerce</i> ✓ Proveedor del servicio de Internet ✓ Publicación Plataforma <i>E-Commerce</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realiza un estudio de mercado de las posibles plataformas <i>E-Commerce</i> a implementar. ✓ Presenta la implementación de una plataforma <i>E-Commerce</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Está sensibilizado para acoger los conocimientos y tecnologías actuales en <i>E-Business</i> para resolver necesidades de implementación o mejora en las empresas que lo requieran. ✓ Asume una actitud reflexiva sobre la importancia del <i>E-business</i> en el ámbito empresarial y tecnológico. 	

Unidad IV <i>Marketing digital y seguridad en E-Commerce</i>		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar un proyecto aplicado a una empresa, describiendo las amenazas de seguridad y elementos que intervienen en el marketing digital dentro del entorno del <i>E-Commerce</i> .		
Conocimientos	Habilidades	Actitudes	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plataforma tecnológica disponible. ✓ Entorno de seguridad en <i>E-commerce</i> ✓ Amenazas a la seguridad en entornos de <i>E-commerce</i> ✓ Sistemas de pago ✓ Nombre de dominio de una página web de <i>E-Commerce</i>, definición, consideraciones ✓ Ventajas y desventajas de un nombre de dominio ✓ Experiencias empresariales y de negocios ✓ Evaluación de la solución <i>E-Commerce</i> ✓ Alineación tecnológica con los objetivos organizacionales 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrolla un proyecto aplicado a una empresa. ✓ Presenta las amenazas más comunes a la seguridad informática presentes en los entornos <i>E-Commerce</i>. ✓ Organiza bosquejos conceptuales entorno a la seguridad en <i>E-Commerce</i> y el marketing digital en la actualidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Está sensibilizado para acoger los conocimientos y tecnologías actuales en <i>E-Business</i> para resolver necesidades de implementación o mejora en las empresas que lo requieran. ✓ Asume una actitud reflexiva sobre la importancia del <i>E-Business</i> en el ámbito empresarial y tecnológico. 	
Instrumento de evaluación	• Prueba de desarrollo		

SYLLABUS DE COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES

VI. METODOLOGIA:

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje, se hará uso de la metodología activa. Los procedimientos didácticos a emplearse son los siguientes:

- Clases Teóricas: Con exposición por parte del profesor y la participación del alumno
- Práctica: Se irán resolviendo casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas, según el tema teórico tratado.
- Asesoría: Se asesorará la resolución apropiada de los casos de estudio empresarial y/o prácticas dirigidas.
- La Comunicación entre Docente y estudiante en la modalidad virtual será: SINCRONA y ASINCRONA.

Para la primera se utilizara las sgtes herramientas digitales:

- a) Plataforma Google Classroom
- b) Correo Electronico Corporativo
- c) Mensajes via gupos Whatsapp de U.D
- d) Formulacion en linea mediante el aplicativo Google Forms.

VII. EVALUACIÓN

Requisitos de aprobación:

- La escala de calificación es vigesimal y el calificativo mínimo es de Trece (13). En todos los casos la fracción 0.5 o más se considera como una unidad a favor del estudiantes.
- El estudiante que en la evaluación de una o más Capacidades Terminales programadas en la Unidad Didáctica (Asignatura), obtenga nota desaprobatoria entre Diez (10) y Doce (12), tiene derecho a participar en el proceso de recuperación antes de la culminación de la Unidad Didáctica.
- El estudiante que después de realizado el proceso de recuperación dentro de las 18 semanas obtuviera nota menor a Trece (13) desaprueba la misma, por tanto repite la unidad didáctica.
- El estudiante que acumulara inasistencias, injustificadas en número igual o mayor al 30% del total de horas programadas en la Unidad Didáctica será desaprobado en forma automática con nota cero (00).

Obtención del promedio:

$$\frac{CE1 + CE2 + \dots + CEn}{PRM UD} = \frac{\dots}{\dots}$$

n.

CE = Criterio de Evaluación

CT = Capacidad Terminal

UD = Unidad Didáctica

VIII. RECURSOS BIBLIOGRAFICOS/INTERNET

7.1 Bibliografía:

1. Jelassi, T., Enders, A. y Martínez-López, F. (2014). Strategies for E- Business: Creating Value through Electronic and Mobile Commerce Concepts and Cases. 3° ed. Pearson Education.
2. Canzer, Brahm. (2006). E-Business: Strategic Thinking and Practice: Strategic Thinking and Practice. 2° ed. EEUU: Cengage Learning.
3. Chaffey, D. (2011). E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. 5° ed. EEUU: Pearson/Financial Times Prentice Hall.
4. Cruz-Cunha, M. y Varajao, J. (2011). E-business Issues, Challenges and Opportunities for SMEs: Driving Competitiveness. IGI Global Snippet.

Carabayllo, Agosto del 2017