



## GUÍA DE APRENDIZAJE

### 1. DATOS GENERALES

<b>SIGLA</b>	<b>NOMBRE DE LA ASIGNATURA</b>		<b>HRS</b>	<b>CRÉDITOS</b>
ADM052	NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	<b>TEÓRICA</b>	4	8
<b>CLAVE</b>	<b>UAB</b>	<b>PRÁCTICA</b>	0	0
40015	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	<b>TOTAL</b>	4	8

  

<b>CARRERA(S) A LA(S) QUE SE IMPARTE</b>	<b>PRERREQUISITOS</b>	<b>SUBSECUENTES</b>
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS		
OPTATIVA PARA OTRAS CARRERAS		

  

<b>ACADEMIA</b>	<b>PROFESOR</b>										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;">NUM</th> <th>NOMBRE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">3594</td> <td>GERARDO A. CARRILLO FABELA</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	NUM	NOMBRE	3594	GERARDO A. CARRILLO FABELA						
NUM	NOMBRE										
3594	GERARDO A. CARRILLO FABELA										

  

<b>VERSIÓN DE LA GUÍA</b>	1
<b>FECHA DE ELABORACIÓN/ACTUALIZACIÓN</b>	
Verano 2025	

### 2. FUNDAMENTOS ¿Por qué es importante esta materia dentro del plan de estudios?

En la actualidad, como consecuencia de la globalización y las nuevas tecnologías se han creado nuevos paradigmas en los ámbitos educativos, de comunicación y sobre todo en el comercio y los negocios. La reestructuración que ha tenido el mundo se ha visto reflejado en el mundo de los negocios, en donde no sólo se han modificado los procesos de operación y gestión, también ha cambiado la forma en como las empresas y clientes intercambian información y generan una relación. Esta asignatura es importante ya que permitirá que los estudiantes aplicar los conceptos básicos de los negocios electrónicos y comercio electrónico a través de la implementación de un plan de negocio electrónico utilizando las nuevas tecnologías y diseñar las estrategias de marketing para posicionar negocios en línea.

Esta materia se ubica en el cuarto semestre de la Licenciatura en Administración de Empresas y se oferta a todos los departamentos del Departamento de Negocios.

### 3. COMPETENCIAS

#### 3.1 Competencia Particular (Resultados esperados) ¿Qué aprendizajes se espera que logren los alumnos al finalizar el curso?

Los y las estudiantes comprenderán la importancia de Internet y las nuevas tecnologías para la aplicación en negocios electrónicos.  
Diseñarán estrategias para implementar un negocio electrónico utilizando las nuevas tecnologías de información y comunicación y las estrategias de marketing más adecuadas.

3.2 Competencias Genéricas	Seleccionar máximo tres competencias señalando cuáles elementos son susceptibles de desarrollar y de evidenciar.	Marcar X
<i>Comunicación lingüística y lógico matemática</i>	▪ Producción y comprensión oral y escrita en la lengua materna.	
	▪ Dominio y comprensión oral y escrita en una segunda lengua	
	▪ Valora la lectura y escritura como vehículo del aprendizaje.	
	▪ Promueve el diálogo interdisciplinar para la interpretación y comprensión de la realidad desde diferentes perspectivas.	
	▪ Usa e interpreta la información gráfica, simbólica y matemática requerida en los tres ámbitos.	
<i>Liderazgo Socioprofesional</i>	▪ Evalúa sus fortalezas y debilidades intelectuales y dispone de ellas para proponer soluciones críticas y creativas a los problemas.	
	▪ Emprende acciones para reducir riesgos desde una postura ética.	
	▪ Apertura al diálogo y a la solución de conflictos.	
	▪ Dominio metodológico de la investigación.	
<i>Trabajo Colaborativo</i>	▪ Capacidad de diálogo y discusión.	X
	▪ Resolución de conflictos y mediación.	X
	▪ Organización de actividades, distribución y ejecución de roles y evaluación de resultados.	X
<i>Creatividad, Innovación y Emprendimiento</i>	▪ Identificación de oportunidades.	X
	▪ Desarrollo de propuestas para la creación de valor.	X
	▪ Comunica de manera efectiva oportunidades de cambio, mejora o innovación.	X
<i>Compromiso Humanista</i>	▪ Análisis crítico de la realidad sociocultural.	
	▪ Valoración de la dignidad de las personas.	
	▪ Promoción de la justicia social y compromiso cívico.	
<i>Sustentabilidad</i>	▪ Pensamiento crítico ante la situación socioambiental global.	
	▪ Congruencia y compromiso ético ante la sociedad.	
	▪ Pensamiento sistémico a través del análisis de diversos saberes.	
	▪ Pensamiento prospectivo mediante la construcción de escenarios futuros.	
<i>Competencia Digital</i>	▪ Autogestión del aprendizaje.	X
	▪ Identifica diversas fuentes de información para su organización y análisis.	X
	▪ Considera la existencia de diferentes perspectivas, visiones, culturas, dialoga alrededor de ellas y construye su visión y marcos de acción a través de medios u objetos de la red.	X
	▪ Aprecia el valor de la información y del entorno digital a través del pensamiento crítico.	X
	▪ Actúa de manera legal, segura y ética en el mundo digital.	X
<i>Discernimiento y responsabilidad</i>	▪ Autoconocimiento.	
	▪ Autoestima.	
	▪ Autorregulación.	
	▪ Apropiación de los procesos y productos cognitivos y afectivos.	
	▪ Desempeño autónomo.	
	▪ Compromiso y apertura a la crítica.	
	▪ Comportamiento ético	

#### 4. CONTENIDO TEMÁTICO (Estructura general del curso)

1. Historia del comercio electrónico
2. Principales características del E-commerce y el E-business
3. Arquitectura tecnológica de los negocios electrónicos
4. Comercio electrónico entre empresas (B2B)
5. Comercio electrónico de empresa a consumidor (B2C)
6. Modelos de negocios por internet
7. Etapas de una compra por internet  
Mecanismos de pago
8. Modelos de sitios E-commerce
9. Aspectos jurídicos del comercio y negocios electrónicos
10. Creación de una tienda on-line  
Modelo de negocio  
Propuesta de valor  
Tipos de software  
Buyer person  
Modelo de negocio CANVAS

#### 5. METODOLOGÍA. ¿Qué estrategias o métodos se utilizarán para el logro de los objetivos?

Esta materia está diseñada para aprender de manera individual y grupal y para ello existen actividades que el estudiante deberá realizar como:

- Cuestionarios
- Foros de discusión
- Actividades grupales
- Actividades individuales
- Investigaciones
- Resolución de casos de estudio
- Presentación de temas
- Etcétera.

La materia se administra en un total de 16 semanas y será el/la docente quien guiará al estudiante en la realización de actividades.

Cada clase se realizará una sesión síncrona en donde se explicará un tema y/o se darán instrucciones específicas de la actividad a realizar.

La plataforma educativa Moodle será el medio de apoyo para llevar a cabo todas las actividades, dentro del espacio en plataforma se dividirá el contenido en módulos. Cada módulo se divide en 2 secciones:

- Recursos: En esta sección se encuentra disponible el material de apoyo que sirve para explicar el tema de la semana. Estos recursos pueden ser lecturas, videos, ligas, etc. Es recomendable que antes de iniciar cualquier actividad hayas dado lectura a este material.
  - Actividades: Aquí se incluyen las actividades a realizar durante la semana teniendo siempre la opción de plantear cualquier duda en el Foro para concluir las sin dificultad.
- No podrán realizarse ni enviarse una vez vencido el plazo que se señale.

## 6. DIMENSIONES

### 6.1 Dimensión de Formación Profesional (DP) ¿De qué manera el alumno se relaciona con el campo profesional?

Los alumnos y las alumnas del Dpto. de Económico Administrativo están en constante contacto con los diferentes tipos de negocios. En esta clase ellos podrán ver la aplicación de los contenidos en casos reales.

### 6.2 Dimensión de Formación Social (DFS) ¿De qué manera el alumno se vincula con la realidad social?

El/ la estudiante reflexionará acerca de la importancia de la dimensión social y ética de las empresas para poder llevar a cabo procesos de E-commerce y N-business.

### 6.3 Dimensión de Formación Integral Universitaria (DFIU) ¿De qué manera se propicia la reflexión universitaria?

El o la estudiante podrá, a través de las actividades, darse cuenta de la importancia del recurso humano en todos los procesos de una organización.

## 7. SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1 Evaluación. Seleccionar al menos, tres elementos de evaluación.	7.2 Calificación. Porcentaje de calificación.
<b>Actividades y tareas en plataforma</b>	45%
Cuestionarios	25%
Sitio e-commerce	30%
Total	100%

### 7.3 Acreditación

Artículo 44. Para acreditar una materia a través de una evaluación ordinaria, es requisito indispensable: a) Estar inscrito en el período correspondiente; b) Cumplir al menos con el 80% de asistencia, además de las políticas y procedimientos establecidos por el Profesor, para el control de asistencia; y c) Cumplir con los requisitos establecidos en el programa académico de la materia.

### 7.4 Normatividad institucional

- **Calificaciones.** Se efectuarán dos evaluaciones parciales y una final, en conformidad con el calendario académico y considerando que la calificación se registra con decimales. Es responsabilidad del docente entregar las rúbricas que sirven como base para la evaluación de cada uno de los elementos que integran la calificación.
- **Duración de clase.** Las materias de los planes de estudio se programan por sesiones de dos horas, por lo que el profesor debe cumplir 120 minutos por cada sesión, considerando unos minutos para el traslado y descanso de los alumnos a su siguiente clase.
- **Retardos.** Tolerancia máxima de 10 minutos.
- **Plagio.** El plagio de un trabajo bajado de Internet puede ser motivo de sanción grave, incluso un criterio para no acreditar el curso. (Consultar Reglamento de Licenciatura).

### 7.5 Normatividad del docente

1. Participar cada semana de manera activa en las actividades asignadas en plataforma, ya sea de manera individual o en equipo.
2. Cumplir en tiempo y en forma los entregables (productos de las actividades) solicitados en la plataforma.
3. Realizar con honestidad y profesionalismo los entregables solicitados, evitando la copia o la apropiación de otros trabajos como suyos.

4. Utilizar la bibliografía correspondiente para la investigación de las actividades y entregables solicitados.
5. Comunicarse de manera clara, precisa, respetuosa y cortés, en los diferentes espacios de discusión o comunicación de la plataforma.
6. No se reciben trabajos fuera de la fecha establecida, ni vía correo electrónico, todas las tareas y actividades a realizar serán entregadas a través de la plataforma Moodle.

## 8. BIBLIOGRAFÍA (Se recomienda utilizar fuentes actualizadas o con fecha no mayor a 10 años)

Boen Oelkers Dotty, Comercio electrónico, Thomson 2004

Fonseca, Alexandre, Fundamentos del E-commerce, Alexandre Fonseca Lacomba, 2014

Gates, Bill: Los Negocios En La Era Digital, Jose Antonio Bravo/Paperback/ Bantam Books. 2000

Kalakota Ravi Y Marcia Robinsón, Del E-Commerce A E-Business, El Siguiente Paso. Addison Wesley, Mexico, 2001.

Larry J. Gitman/ Carl MacDaniel, El Futuro de los Negocios, Editorial Thompson, 2001

## 9. PLANEACIÓN DIDÁCTICA

SEMANAS	TEMA	ACTIVIDAD	MATERIAL
1	Encuadre e introducción a la materia	Actividad de presentación - Presentación - Acuerdos de la materia	Videotutorial de cómo publicar en Flip Encuadre
	Historia del comercio electrónico	Quizziz	Presentación interactiva
2	E-commerce / E-business	Investigar un negocio mexicano, hacer un pitch y desarrollar una propuesta de innovación	Puede ser la innovación mediante una infografía; hay que hacer un formato guía
3	Estructura tecnológica	Caso de estudio	Presentación arquitectura tecnológica
4	B2B	Empresa real	Presentación del B2B
			Presentación de mkt B2B
5	Primeva evaluación parcial	Examen	
6	B2C	Pluma B2C Tik tok individual	Presentación del B2C
			Presentación de mkt B2C

7	Modelos de negocio por Internet	Manual del emprendedor	Rally virtual Presentación
8	Marco jurídico del CE	Preguntas en conjunto para estudiarlas Quizz	Presentación compartida
9	Inicio del proyecto final	Lluvia de ideas del sitio	Video de explicación
	Estrategia del océano azul	Podcast	Lectura
10	Segunda evaluación parcial	Examen	
11	Creación de una tienda virtual (OSS/ CSS)	Caso de estudio	Presentación interactiva
	Google Analytics	Foro	Video de explicación
12	Consolidación del tema del proyecto final	Avance del proyecto final	Explicación del tema
	Definición de la problemática		Explicación del tema
	Propuesta de valor		Video (rueda) de propuesta de valor con ejemplos
13	Investigación del usuario		Explicación del tema
	Buyer persona		Video
14	Modelo de negocio CANVAS		Explicación del tema
15	Prototipo del sitio web	Rúbrica con videotutoriales	
16	Prototipo del sitio web	Rúbrica con videotutoriales	