


Revisión 03	FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD	
ITGAM-AC-007-02		
Página 1 de 8		


1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Comercio Electrónico
Clave de la asignatura:	GOC-2205
SATCA¹:	2-2-4
Carrera:	Ingeniería en Logística

2. Presentación

Caracterización de la asignatura
<p>La asignatura de Comercio Electrónico desarrolla en el estudiante de Ingeniería en Logística competencias que le permiten diseñar e implementar estrategias aplicadas al comercio electrónico.</p> <p>En esta asignatura su principal objetivo es que en los estudiantes tengan herramientas teórico-metodológicas que les permitan formular estrategias de diseño e implementación del Comercio Electrónico, cumpliendo con los ordenamientos jurídicos y éticos.</p> <p>Hoy en día el comercio electrónico o e-commerce está presente en todo tipo de negocios. Debido a la emergencia sanitaria y a la situación económica mundial; tanto la forma de comercializar y entregar los productos ha cambiado. Por lo que el comercio electrónico ha sido una alternativa cada vez mas necesaria que demanda una investigación detallada del mercado; así como el adecuado manejo y seguridad del ordenamiento jurídico en comercio electrónico.</p> <p>De tal forma que si las empresas no se actualizan en este aspecto pierden oportunidades de venta. Por lo es necesario preparar a los alumnos es esta área.</p>
Intención didáctica
<p>El temario se encuentra organizado en cuatro temas.</p> <p>La unidad 1 trata sobre la introducción al comercio electrónico: se analiza el uso del internet como factor de cambio, y resaltando la economía electrónica y su impacto.</p> <p>La unidad 2 estudio los modelos de negocio entre empresas (B2B) y entre empresas y consumidores (B2C).</p> <p>La unidad 3 aborda el estudio de la mercadotecnia en internet, destacando las reglas y elementos de esta en un sitio web; respecto a la publicidad, se estudian sus</p>

¹ Sistema de Asignación y Transferencia de Créditos Académicos


Revisión 03	FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD	
ITGAM-AC-007-02		
Página 2 de 8		

características y la medición de su efectividad en el internet. Por otra parte, se analizan los mecanismos de promoción en un sitio web, y por último se estudia la gestión de la relación con el cliente (CRM).

La unidad 4 trata sobre los aspectos legales y éticos que engloban el comercio electrónico. Estudiando los inconvenientes legales de la contratación electrónica, analizando la normatividad en México en relación con el comercio electrónico, las formas de contratación en línea, y los aspectos legales de la propiedad intelectual en internet.

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico de Gustavo A. Madero. Enero 2022.	M. en C. Natalia María Isabel Alfaro Campuzano. Ing. Deydamia Judith Arroyo Cabrales. Lic. Carlos David Castellanos de la Rosa. M. en A. Alberto Agustín Figueroa Sevilla. M.T.A. América Gallegos Pérez. Mtra. Nayeli Hinojosa Ruiz. Dr. Miguel Josué Heredia Roldán. M.G.E. Erika Jiménez. Ing. Juan Carlos Martell Domínguez. M. en E. Eduardo Morales Avilés. Lic. Juan Isaac Ramos Pérez.	Reunión de Diseño curricular de la especialidad Gestión de Operaciones Logísticas.

Revisión 03	FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD	
ITGAM-AC-007-02		
Página 3 de 8		

4. Competencia(s) a desarrollar


Competencia(s) específica(s) de la asignatura
Diseña propuestas mercadológicas a través del internet, considerando el marco jurídico vigente en México y los tipos de negocios entre empresas y entre empresas y consumidores.

5. Competencias previas

<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos básicos en herramientas de internet • Conocimiento de los diferentes tipos de negocios • Conocimientos en mercadotecnia • Legislación comercial en internet
--

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	Introducción al comercio electrónico	1.1. La Economía Electrónica. 1.1.1. Internet como factor de cambio en la economía mundial. 1.1.2. El impacto de la Economía Electrónica 1.2. Componentes del WWW 1.3. Concepto de negocios electrónicos (e-business) 1.4. Concepto de comercio electrónico (e-commerce) 1.5. Tipos de comercio electrónico 1.6. Modalidades: B2B, B2C, B2A, C2A, C2C
2	Modelos de negocios B2B y B2C	2.1. Definiendo el B2B 2.2. Utilidad del B2B para las compañías. 2.3. Tipos de Modelos de negocio en el B2B. 2.4. Ejemplos e iniciativas B2B en México. 2.7. Implementación de Soluciones para empresas. 2.8 Definiendo el B2C

Revisión 03	FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD	
ITGAM-AC-007-02		
Página 4 de 8		

		<p>2.9 Necesidades y Beneficios del B2C</p> <p>2.10 Soluciones para el Comercio Electrónico B2C</p> <p>2.11 Tienda Virtual</p> <p>2.12 Centro Comercial o Mall Virtual</p> <p>2.13 Implementación de Soluciones B2C.</p> <p>2.14 Mercado del B2C.</p>
3	Mercadotecnia en internet	<p>3.1. Principales rasgos de la mercadotecnia en Internet</p> <p>3.2. Elementos de mercadotecnia en un sitio web</p> <p>3.3 Características de la Publicidad en Internet</p> <p>3.4. Mecanismos de promoción de un sitio web</p> <p>3.5. Medición de la efectividad de la publicidad en línea</p> <p>3.6. CRM, gestión de la relación con el cliente</p>
4	Aspectos legales y éticos que engloban el comercio electrónico.	<p>4.1. Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica</p> <p>4.2. Normatividad en México en materia de Comercio Electrónico.</p> <p>4.3. Mecanismos de contratación en línea.</p> <p>4.4. Cuestiones legales acerca de la propiedad intelectual en Internet.</p> <p>4.4.1. Marco Fiscal en Internet.</p> <p>4.4.2. La normativa en materia de protección de datos en Internet</p> <p>4.4.3. Aspectos sociales y éticos del Comercio Electrónico.</p>

7. Actividades de aprendizaje de los temas


1. Introducción al Comercio Electrónico	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Identifica y maneja los conceptos teóricos del Comercio Electrónico.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda en internet de los conceptos básicos del comercio electrónico. • Explicar cómo ha impactado en el mundo el comercio electrónico. • Realiza una tabla comparativa entre e-

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de organizar y planificar • Habilidades básicas de manejo de la computadora • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Habilidades de trabajo en equipo 	<p>business y e-commerce.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elabora un mapa mental sobre los diferentes modelos de negocio.
2. Modelos de negocios B2B y B2C	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Identificar y analizar los modelos de negocio B2B y B2C.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar • Habilidades básicas de manejo de la computadora • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas • Habilidades de trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Comparar los conceptos de B2B y B2C. • Leer lectura sugerida • Escribir un ensayo sobre la lectura sugerida. • Explicar la aplicación de los modelos B2B y B2C al área de logística.
3. Mercadotecnia en internet	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica (s): Desarrollar estrategias tanto de promoción como de publicidad, con el objetivo de fidelizar a los consumidores.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un cuadro de dos vías que contemple las estrategias tanto de promoción como de publicidad. • Diseñar en equipo una propuesta de anuncio en internet, enfocada al área

<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de organizar y planificar. • Habilidades básicas de manejo de la computadora • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas 	<p>de logística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear en equipo una promoción en internet, enfocados al área de logística.
4. Aspectos legales y éticos que engloban el comercio electrónico.	
Competencias	Actividades de aprendizaje
<p>Específica(s): Identifica los aspectos legales y normativos que se aplican al comercio electrónico.</p> <p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de análisis y síntesis. • Capacidad de organizar y planificar. • Habilidades básicas de manejo de la computadora • Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas 	<ul style="list-style-type: none"> • Leer, analizar y discutir las leyes, normas, reglas, código de ética del comercio electrónico. • Elaborar un glosario de términos legales que se utilizan en el comercio electrónico. • Analizar casos de estudio sobre empresas que han utilizado el comercio electrónico con base en situaciones legales. • Propiciar un debate sobre las ventajas y desventajas del comercio electrónico

8. Práctica(s)


<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un modelo de negocios en Comercio Electrónico • Diseñar estrategias publicitarias y promocionales en internet • Consultar las leyes vigentes con relación al Comercio Electrónico en México • Evaluar el desempeño de la estrategia comercial en internet

Revisión 03	<p style="text-align: center;">FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD</p>	
ITGAM-AC-007-02		
Página 7 de 8		

9. Proyecto de asignatura

El objetivo del proyecto que planteé el docente que imparta esta asignatura, es demostrar el desarrollo y alcance de la(s) competencia(s) de la asignatura, considerando las siguientes fases:

- **Fundamentación:** marco referencial (teórico, conceptual, contextual, legal) en el cual se fundamenta el proyecto de acuerdo con un diagnóstico realizado, mismo que permite a los estudiantes lograr la comprensión de la realidad o situación objeto de estudio para definir un proceso de intervención o hacer el diseño de un modelo.
- **Planeación:** con base en el diagnóstico en esta fase se realiza el diseño del proyecto por parte de los estudiantes con asesoría del docente; implica planificar un proceso: de intervención empresarial, social o comunitaria, el diseño de un modelo, entre otros, según el tipo de proyecto, las actividades a realizar los recursos requeridos y el cronograma de trabajo.
- **Ejecución:** consiste en el desarrollo de la planeación del proyecto realizada por parte de los estudiantes con asesoría del docente, es decir en la intervención (social, empresarial), o construcción del modelo propuesto según el tipo de proyecto, es la fase de mayor duración que implica el desempeño de las competencias genéricas y específicas a desarrollar.
- **Evaluación:** es la fase final que aplica un juicio de valor en el contexto laboral-profesión, social e investigativo, ésta se debe realizar a través del reconocimiento de logros y aspectos a mejorar se estará promoviendo el concepto de “evaluación para la mejora continua”, la metacognición, el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo en los estudiantes.

Revisión 03	FORMATO PROGRAMA DE ESTUDIO DE ASIGNATURA DE ESPECIALIDAD	
ITGAM-AC-007-02		
Página 8 de 8		

10. Evaluación por competencias

Para verificar el avance en las competencias específicas y genéricas del estudiante se sugiere solicitar:

INSTRUMENTOS:

- Mapa mental
- Reportes de lectura
- Ensayo
- Caso práctico
- Ejercicios
- Informe documental - escrito
- Debate
- Cuadro sinóptico
- Exposición (medios audiovisuales)

HERRAMIENTAS:

- Proyecto final
- Análisis de casos prácticos
- Aplicación del software para análisis estadísticos

11. Fuentes de información

1. Malca, Óscar Comercio electrónico. -- 1a. ed. corregida -- Lima: Universidad del Pacífico, 2001. -- (Apuntes de Estudio; 40)
2. Liberos E., Somalo I, Gil J, García del Poyo R. y Merino J.A., (2011), 2da. Edición, España, ESIC Editorial.
3. Martínez Velarde J.F, Rojas Ruíz F, (2016), Comercio Electrónico, 1ª. Ed., España, Paraninfo, Editorial.
4. Velte Toby J, (2009), Fundamentos de Comercio Electrónico, Mc Graw Hill Interamericana, México
5. Rodríguez Arduroa I, (2020), Marketing digital y comercio electrónico, Ediciones Pirámide, México
6. Aveiga M, (2021), Métricas de marketing en internet, Ed. Aveiga, México
7. Nava Garcés A.E., (2013), El derecho en la era digital, Ed. Porrúa, México
8. Condecido Danny, (2019), Ebook, Digital CRM / Customer Relationship Management, Write Edition, USA