Universidad Continental

SÍLABO
Negocios Electrónicos

Código	ASUC00614		**Carácter**	Electivo
Prerrequisito	140 créditos			
Créditos	3			
Horas	**Teóricas**	2	**Prácticas**	2
Año académico	2024-00			

I. Introducción

Negocios Electrónicos es una asignatura electiva de especialidad de la Escuela Académico Profesional de Ingeniería de Sistemas e Informática. Con esta asignatura, se desarrollan, en un nivel logrado, las competencias específicas Diseño y Desarrollo de Soluciones, Análisis de Problemas y Uso de Herramientas Modernas. La relevancia de la asignatura reside en desarrollar los conocimientos y habilidades necesarias para el diseño e implementación de un negocio electrónico de acuerdo con el modelo de negocio que permita la generación de valor en la organización.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: fundamentos generales de e-Business. Evolución de e-Business. Formulación de la estrategia e-Business. Colaboración y participación como clientes y proveedores. Integración con el Sistema financiero y el Gobierno.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar e implementar proyectos de negocios electrónicos para mejorar las ventajas competitivas de una organización.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1 El negocio electrónico y tipos de negocio en Internet		Duración en horas	16
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.		
Ejes temáticos	1. Introducción a los negocios electrónicos 2. Evolución de e-business 3. Tipos de e-business 4. Impacto de e-business en las organizaciones 5. Componentes del e-business 6. El e-commerce como parte de los negocios electrónicos 7. Diferencias entre e-commerce y e-business 8. La tecnología en los negocios 9. Las industrias on line 10. Las redes sociales y su impacto en los negocios 11. Tipos de negocio en Internet 12. Identificación del negocio on line 13. Las empresas virtuales, la transformación a empresas virtuales 14. La Innovación en los negocios		

Unidad 2 Modelos de negocio electrónico y el marketing digital		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de definir un modelo de negocio y diferenciarlo con un plan de negocio, aplicando estrategias de marketing digital y eligiendo las mejores herramientas que las soporten.		
Ejes temáticos	1. El modelo de negocio 2. Características de un modelo de negocios 3. El plan de negocio 4. Componentes de un plan de negocio 5. Diferencias entre un modelo de negocio y un plan de negocios 6. Modelo de negocios Canvas 7. Ubicuidad, Mobile business 8. Los e-marketplaces 9. Los mercados electrónicos en el Perú y en el mundo 10. Marketing digital 11. El ecosistema digital 12. Beneficios del marketing digital 13. Estrategias de marketing digital en la web 14. Las herramientas de marketing digital 15. Tecnologías de marketing digital		

Unidad 3 *E-business Plan*		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de elaborar un plan de *E-Business,* implementando una plataforma *E-Commerce,* utilizando herramientas *E-Commerce* libres de acuerdo a la estructura y parámetros de trabajo que se defina en la asignatura.		
Ejes temáticos	1. Introducción al *e-Business plan* 2. Metodología de implantación de *e-Business* 3. Contenido de un *e-Business plan* 4. Definición del proyecto *e-Business* 5. Diseño y validación 6. Estrategias de implementación 7. Desarrollo y prueba piloto 8. Concepto de *Minimum Viable Product* (MVP) 9. Verificación de resultados 10. Herramientas *e-commerce* libres 11. Identificación de oportunidades 12. Análisis del mercado y sector del *e-commerce* 13. Soluciones de pago tradicionales en línea y nuevos operadores 14. Desarrollo del sitio web - implementación de plataforma *e-commerce* 15. Publicación plataforma *e-Commerce* 16. Proveedor del servicio de Internet		

Unidad 4 **La seguridad, el hosting y el dominio en un *e-commerce***		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 que afrontan los *e-commerce*, eligiendo también el mejor dominio y despliegue en un hosting.		
Ejes temáticos	1. La ciberseguridad, componentes, beneficios 2. La ciberseguridad en el *e-commerce* 3. Entorno de seguridad en *e-commerce* 4. Amenazas a la seguridad en entornos de *e-commerce* 5. Sistemas de pago 6. Alineación tecnológica del *e-commerce* con los objetivos organizacionales 7. Nombre de dominio de una página web de *e-commerce*, definición, consideraciones 8. Ventajas y desventajas de un nombre de dominio		

IV. Metodología

Modalidad Presencial y Semipresencial-Blended

Para el desarrollo de la asignatura, se emplearán diapositivas de la sesión, lecturas de textos y documentos especializados. La participación del alumno es fundamental, se tomarán controles orales y escritos periódicos. El aprendizaje estará basado en la metodología experiencial y colaborativa, haciendo uso de la técnica basada en el

aprendizaje orientado a proyectos, desarrollando un trabajo práctico referido a un proyecto informático de un negocio electrónico, que será desarrollado en grupo y en el que se aplicarán los conceptos vertidos en las sesiones semanales.

Modalidad A Distancia

Para el desarrollo de la asignatura, se emplearán diapositivas de la sesión, lecturas de textos y de documentos especializados. La participación del estudiante es fundamental, se tomarán controles orales y escritos periódicos. El aprendizaje estará basado en la metodología experiencial y colaborativa, haciendo uso de la técnica basada en el aprendizaje orientado a proyectos, desarrollando un trabajo práctico referido a un proyecto informático de un negocio electrónico, que será desarrollado en grupo y en el que se aplicarán los conceptos vertidos en las sesiones semanales.

V. Evaluación

Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	Evaluación individual teórica / **Prueba objetiva**	**0 %**	
Consolidado 1 **C1**	1	Semana 1 - 4	Trabajo práctico grupal **/ Rúbrica de evaluación**	50 %	**20 %**
	2	Semana 5 - 7	Trabajo práctico grupal **/ Rúbrica de evaluación**	50 %	
Evaluación parcial **EP**	1 y 2	Semana 8	Evaluación individual teórico-práctica / **Prueba de desarrollo**	**25 %**	
Consolidado 2 **C2**	3	Semana 9 - 12	Trabajo práctico grupal **/ Rúbrica de evaluación**	50 %	**20 %**
	4	Semana 13 - 15	Evaluación individual teórico-práctica / **Prueba de desarrollo**	50 %	
Evaluación final **EF**	Todas las unidades	Semana 16	Proyecto final grupal **/ Rúbrica de evaluación**	**35 %**	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	Aplica		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Semipresencial-Blended

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable/Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	Evaluación individual teórica/ **Prueba objetiva**	**0 %**	
Consolidado 1 **C1**	1	Semana 1 - 3	Actividades virtuales	15 %	**20 %**
			Trabajo práctico grupal / **Rúbrica de evaluación**	85 %	
Evaluación parcial **EP**	1 y 2	Semana 4	Evaluación individual teórico-práctica / **Prueba de desarrollo**	**25 %**	
Consolidado 2 **C2**	3	Semana 5 - 7	Actividades virtuales	15 %	**20 %**
			Trabajo práctico grupal / **Rúbrica de evaluación**	85 %	
Evaluación final **EF**	Todas las unidades	Semana 8	Proyecto final grupal **/ Rúbrica de evaluación**	**35 %**	
Evaluación sustitutoria *****	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	**Aplica**		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad A Distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	Evaluación individual teórica / **Prueba objetiva**	**0 %**
Consolidado 1 **C1**	1	Semana 2	Trabajo individual/ **Rúbrica de evaluación**	**20 %**
Evaluación parcial **EP**	1 y 2	Semana 4	Trabajo individual/ **Rúbrica de evaluación**	**25 %**
Consolidado 2 **C2**	3	Semana 6	Trabajo individual/ **Rúbrica de evaluación**	**20 %**
Evaluación final **EF**	Todas las unidades	Semana 8	Proyecto final grupal / **Rúbrica de evaluación**	**35 %**
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	**Aplica**	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

PF = C1 (20 %) + EP (25 %) + C2 (20 %) + EF (35 %)

VI. Bibliografía

Básica

Jelassi, T. y Martínez, F. (2020). *Strategies for E-Business : Concepts and cases on value creation and digital business transformation* . Springer International Publishing AG. https://at1z.short.gy/ER4wmm

Mejía Trejo, J. (2009). *Fundamentos de negocios electrónicos: teoría y práctica.* Editorial Buk. https://at1z.short.gy/qys1kC

Complementaria

Chaffey, D. (2011). *E-Business and e-commerce management: strategy, implementation and practice* (5th ed.). Pearson.

Cruz-Cunha, M. y Varajao, J. (2011). *E-business issues, challenges, and opportunities for SMEs: driving competitiveness*. IGI Global Snippet.

VII. Recursos digitales

EALDE Business School. (1 de febrero de 2021). *El eBusiness y el eCommerce en la empresa: oportunidades y desafíos para su adaptabilidad* [Video]. YouTube. https://youtu.be/kuKZwg4jOVI

EOI Escuela de Organización Industrial. (7 de octubre de 2014). *Plan de negocio vs modelo de negocio* [Video]. YouTube. https://youtu.be/5iX8UjlewhU

Leticia, C. (2 de setiembre de 2020). *¿Qué es el producto mínimo viable y cómo definirlo?* GoDaddy España. https://cutt.ly/oJ03m3O

Universidad de Lima. (28 de abril de 2014). *Tendencias del marketing digital y comercio electrónico*. https://cutt.ly/kJ03G0o

Open Ideas. (14 de mayo de 2012). *Principales modelos de negocio en comercio electrónico*. Open-ideas.es. https://cutt.ly/4J03XuZ

Soporte de Cero a Sapo. (27 de abril de 2022). *La ciberseguridad: un elemento vital para tu eCommerce*. Ingenieros de Marketing. https://cutt.ly/TJ0V24L

Ma. Felipe Néstor Gutarra Meza
Decano
Universidad Continental

Firmado por
FELIPE NESTOR GUTARRA MEZA
O = UNIVERSIDAD CONTINENTAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
T = DECANO