

**INSTITUTO UNIVERSITARIO PUEBLA**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

**PROGRAMA ACADÉMICO: INGENIERÍA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES Y DISEÑO DE SOFTWARE.**

**ASIGNATURA: COMERCIO INFORMÁTICO.**

**NIVEL EDUCATIVO: LICENCIATURA MODALIDAD: CRÉDITOS**

**SERIACIÓN: NINGUNA CLAVE DE LA ASIGNATURA: ISC34**

**CICLO: NOVENO CUATRIMESTRE**

<b>HORAS CONDUCIDAS</b>	<b>HORAS INDEPENDIENTES</b>	<b>TOTAL DE HORAS POR CICLO</b>	<b>CRÉDITOS</b>
<b>80</b>	<b>160</b>	<b>240</b>	<b>15</b>

**OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA**

INTEGRAR, FUNDAMENTAR Y PROGRAMAR UN PROYECTO DE SOFTWARE PARA COMERCIAR Y ATENDER CLIENTES.

**COMPETENCIAS A DESARROLLAR**

- DISEÑA SISTEMAS COMPUTACIONALES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO
- DISEÑA MECANISMOS DE MERCADEO EN MEDIOS ELECTRÓNICOS.
- CONSIDERA LOS ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO AL DISEÑAR Y PRODUCIR SISTEMAS INFORMÁTICOS PARA MERCADEO.

ASIGNATURA: **COMERCIO INFORMÁTICO.**

DEL PROGRAMA ACADÉMICO: **INGENIERIA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES Y DISEÑO DE SOFTWARE.**

<b>HORAS ESTIMADAS</b>	<b>TEMAS Y SUBTEMAS</b>	<b>OBJETIVOS DE LOS TEMAS</b>
<b>8</b>	1. COMERCIO ELECTRÓNICO. 1.1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES. 1.2. MARCO LEGAL	DEFINEN Y ANALIZAN LOS CONCEPTOS Y MARCO LEGAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO ELECTRÓNICO.
<b>36</b>	2. MERCADEO 2.1. TIENDAS VIRTUALES 2.2. MERCADEO INTERACTIVO	DEFINEN Y ANALIZAN LOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON TIENDAS VIRTUALES Y MERCADEO INTERACTIVO CON EL FIN DE CREAR UN SISTEMA DE INFORMACIÓN QUE PERMITA PONER EN LINEA UNA TIENDA VIRTUAL Y REALIZAR MERCADEO INTERACTIVO.
<b>36</b>	3. TELETRABAJO 3.1. TELETRABAJO 3.2. CALL CENTER 3.2.1. ATENCIÓN A CLIENTES Y FUTUROS CLIENTES 3.2.2. PROGRAMAS DE FIDELIDAD	DEFINEN Y ANALIZAN CONCEPTOS RELACIONADOS CON TELETRABAJO. DESARROLLAR SOFTWARE QUE PERMITA TRABAJAR DE MANERA REMOTA Y/O SOFTWARE PARA UN CALL CENTER (SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE CLIENTES).

#### **ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Y METODOLOGÍA**

LECTURA DE TEXTOS QUE PERMITIRÁ ADQUIRIR LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICOS DE LA ASIGNATURA, PERMITIENDO AL ESTUDIANTE PARTICIPAR O PLANTEAR PREGUNTAS.

ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE SOFTWARE DE MERCADEO O TELETRABAJO QUE DEMUESTRE LOS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES ADQUIRIDAS POR EL ESTUDIANTE.

EXPOSICIÓN POR PARTE DEL DOCENTE Y MESAS REDONDAS QUE PERMITIRÁN ARTICULAR Y COMPARTIR IDEAS, CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS ENTRE LOS PARTICIPANTES.

ASIGNATURA: **COMERCIO INFORMÁTICO.**

DEL PROGRAMA ACADÉMICO: **INGENIERIA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES Y DISEÑO DE SOFTWARE.**

### **RECURSOS DIDÁCTICOS**

PIZARRÓN ELECTRÓNICO  
CAÑON  
PROYECTOR DE ACETATOS  
COMPUTADORAS  
PÁGINA WEB DEL INSTITUTO

### **NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN**

EL MODELO DE EVALUACIÓN ESTÁ BASADO EN COMPETENCIAS, CALIFICANDO LOS PRODUCTOS Y DESEMPEÑO DEL ESTUDIANTE BAJO LOS SIGUIENTES RUBROS:

CONOCIMIENTO:	40%
PRODUCTOS Y PROCESOS	30%
DESEMPEÑO	30%

### **BIBLIOGRAFÍA IMPRESA O ELECTRÓNICA (TÍTULO, AUTOR, EDITORIAL, FECHA, EDICIÓN, SITIO WEB)**

1. COMERCIO ELECTRÓNICO, FERNANDO TEJEDA DEL TORO, EDITORIAL TEJEDA DEL TORO, 2009, 1<sup>A</sup> EDICIÓN.
2. COMERCIO ELECTRÓNICO, UN ENFOQUE DE MODELOS DE NEGOCIO, JUDITH CAVAZOS ARROYO, GRUPO EDITORIAL PATRIA, 2006, 1<sup>A</sup> EDICIÓN.
3. COMERCIO ELECTRÓNICO PARA PYMES, ARIEL MONCALVO, EDITORIAL LECTORUM, 2009, 1<sup>A</sup> EDICIÓN
4. PRINCIPIOS DE SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO, JUAN FRANCISCO PUENTES CALVO, ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2009, 1<sup>A</sup> EDICIÓN.
5. MARKETING 2.0: EL NUEVO MARKETING EN LA WEB DE LAS REDES SOCIALES, JUAN MANUEL MAQUEIRA MARIN, ALFAOMEGA GRUPO ED., 2009, 1<sup>A</sup> EDICIÓN
6. HOY ES MARKETING: INNOVACIÓN, TENDENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS, FELIPE LLANO, ED. ESIC, 2008, 1<sup>a</sup> EDICIÓN
7. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN LA WEB 2.0. LAS REDES SOCIALES ONLINE, ARACELI CASTELLÓ MARTÍNEZ, EDITORIAL CLUB UNIVERSITARIO, 2010.
8. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE NEGOCIOS, THOMAS L. WHEELLEN, PEARSON EDUCACIÓN DE MÉXICO, 2007, 1A EDICIÓN
9. CONSTITUCIÓN Y TELECOMUNICACIONES, JAVIER OROZCO GÓMEZ, ED. PORRUA, 2008, 1<sup>a</sup> EDICIÓN.
10. SISTEMAS DE INFORMACIÓN: HERRAMIENTAS PRÁCTICAS PARA LA GESTIÓN, ÁLVARO GÓMEZ VIEITES, ALFAOMEGA GRUPO EDITOR, 2009.
11. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS INFORMÁTICOS, GABRIEL BACA URBINA, MCGRAW-HILL INTERAMERICANA, 2005, 1A EDICIÓN.

ASIGNATURA: **COMERCIO INFORMÁTICO.**

DEL PROGRAMA ACADÉMICO: **INGENIERIA EN SISTEMAS COMPUTACIONALES Y DISEÑO DE SOFTWARE.**

**PERFIL DOCENTE REQUERIDO.**

MAESTRO EN CIENCIAS EN ÁREAS DE INGENIERÍA COMPUTACIONAL O PROGRAMACIÓN CON EXPERIENCIA EN COMERCIO ELECTRÓNICO, CON LOS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES DIGITALES BÁSICAS QUE LE PERMITAN NAVEGAR EN INTERNET Y USAR PROGRAMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA.

EL DOCENTE DEBERÁ MOSTRAR HABILIDADES PARA EL USO DE PROCESADOR DE TEXTOS Y EL USO DEL AULA VIRTUAL.

DEBERÁ CONTAR CON DOS AÑOS DE EXPERIENCIA DOCENTE COMO MÍNIMO QUE LE PERMITAN Y FACILITEN LA ELABORACIÓN DE GUÍAS DE ESTUDIO Y ANTOLOGÍAS BÁSICAS DE LECTURA.