



ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
UNIDAD TEPEPAN
SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA
DEPARTAMENTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA
PLANEACIÓN DIDÁCTICA TIPO: MODALIDAD EN LÍNEA



Programa Académico: <u>Licenciatura en Relaciones Comerciales</u>	Academia: Ventas y distribución	
Unidad de aprendizaje: E-COMMERCE	Nivel: III	Periodo: 2020-2021/1
Propósito de la unidad de aprendizaje: <u>Diseñar estrategias de comercio electrónico para automatizar la alineación de datos en los procesos comerciales de la organización a través de la resolución de casos prácticos</u>		

PRIMER PARCIAL	
Nombre y número de la unidad temática. 1. <u>Principios y herramientas básica del E-Commerce.</u>	
Propósito Específico: <u>Analizar los conceptos básicos del E-Commerce para lograr un impacto en las Relaciones Comerciales con los consumidores a través de la resolución de un caso práctico.</u>	

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
1	1.1 Historia y evolución del Comercio Electrónico.	Elaboración en equipo de una matriz descriptiva acerca del e-business.	Matriz descriptiva, que contenga los elementos más importantes del e-business y la correcta relación entre ellos.	Presentación en Power Point del Curso.	9C
2	1.1.1 E-commerce.				5C
3	E-business: Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Business to Employer (B2E) y Business to Supplier (B2S).				10C
4	1.1.2 Tecnologías de la Información (IT): EDI, CRM, ERP.				1B
5	1.2.3 Procesadores de BBD e Inteligencia de Negocios (BI).	Elaboración en equipo de un ensayo sobre “La Importancia del E-Commerce en la comercialización actual”.	Ensayo considerando la importancia en las empresas actuales de implementar el E-Commerce. Debe contener introducción desarrollo y cierre. 20%	Videos	6B
6	1.2 Intercambio Electrónico de Datos (EDI): Concepto.	Elaboración por equipo de un cuadro sinóptico acerca de los tipos de EDI.	Cuadro sinóptico, considerando que deberá identificar cada uno de los procesos EDI, con sus características más importantes.	Pod cast	
	1.2.1 Ventajas y desventajas.	Resolución en equipo del caso práctico No.1 sobre “Los principios del E-Commerce”. Que consiste en la identificación de las aplicaciones del E-Comerce en un servicio y/o producto.	Reporte escrito del caso práctico, considerando que debe incluir las ventajas y desventajas de implementarlo, así como la proyección de la empresa al utilizarlo. 50%	Lecturas	
	1.2.2 Tipos de procesos en el Intercambio electrónico de datos: EDI Comercial, Industrial y de Servicios; EDI Automotriz; EDI Bancario y EDI Gubernamental.				
	1.3 El E-Commerce en la actualidad.	Exposición en equipo de las conclusiones del caso práctico.	Exposición del caso práctico considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%		
	1.3.1 Internet, intranet y extranet.				
	1.3.2 Sistemas de Facturación Electrónica.				
1.3.3 Sistemas de Seguridad de Información.					
	1.3.4 Fenómeno mob o muchedumbre				

SEGUNDO PARCIAL					
Nombre y número de la unidad temática: : <u>II. Regulación y ética en los planes de E-Commerce</u>					
Propósito Específico: II <i>Analizar las diferentes instancias que regulan las actividades comerciales en el E-Commerce para fomentar el comportamiento ético y legal en las relaciones comerciales, a través de un caso práctico</i>					

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
7	2.1 La Importancia de la NOM 151.	Realización de una sesión plenaria sobre los temas de la unidad.	Reporte de la plenaria, considerando las conclusiones en un máximo de 2 cuartillas, las cuales deberán estar redactadas bajo los criterios del estudiante. 10%	Presentación en Power Point del Curso.	9C 5C 10C 1B 6B
8	2.1.1 Elementos.				
9	2.1.2 Importancia.				
10	2.2 Autoridades Reguladoras. 2.2.1 Servicio de Administración Tributaria (SAT). 2.2.2 Asociación Mexicana de Estándares de Comercio Electrónico (AMECE).	Elaboración en equipo de un ensayo sobre “La Importancia ética en los procesos del E-Commerce”.	Ensayo el cual debe contener la importancia del comportamiento ético en el comercio electrónico, además de contener introducción desarrollo y cierre. 10%	Videos	
11		Elaboración en equipo de una historieta acerca las autoridades reguladoras en materia de comercio electrónico.	Historieta que contenga a través de imágenes y diálogos las competencias de las autoridades reguladoras en materia de comercio electrónico.	Pod cast	
12	2.3 Código de ética en el E-Commerce.	Resolución del caso práctico No. 2 en equipos, sobre “La ética en el E-Commerce”. Que consiste en el análisis del comportamiento ético en los procesos comerciales electrónicos.	Reporte escrito del caso práctico, considerando el análisis del comportamiento ético en el e-commerce, elaborado bajo los criterios propios del equipo de trabajo. 50%	Lecturas	
	2.3.1 Elementos.				
	2.3.2 Importancia.				
		2.3.3 Aplicaciones.	Exposición en equipo de las conclusiones del caso práctico.	Exposición del caso práctico, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%.	

TERCER PARCIAL					
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): <u>III Operación estratégica del E-Commerce.</u>					
Propósito(s) Específico(s): <u>Diseñar estrategias de operación del E-Commerce en los procesos comerciales de las organizaciones para generar una alineación de datos automática y crear el plan de E-Commerce, a través de un caso práctico</u>					
SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
13	3.1 Sistemas Informáticos EDI.	Realización de una sesión plenaria en equipo sobre los temas de la unidad, basados en búsqueda de información.	Reporte de la plenaria, considerando las conclusiones en un máximo de 2 cuartillas, las cuales deberán estar redactadas bajo los criterios del estudiante. 10%	Presentación en Power Point del Curso.	9C 5C 10C 1B 6B
14	3.1.1 Documentos comerciales y su generación:				
15	Códigos de barra, orden de compra, desglose de pago, reporte de ventas-existencia, reporte de inventarios, cancelaciones, devoluciones, aviso de notificación a proveedores, nota de crédito, nota de cargo, recibos de honorarios, recibo de comisiones, remisiones electrónicas, control y aperak.	Elaboración en equipo de un cuadro descriptivo sobre “Los documentos comerciales en el E-Commerce”.	Cuadro descriptivo, considerando que debe incluir los conceptos básicos de los documentos comerciales y su relación. Debe ser elaborado con ayuda de las TIC's. 10%	Videos	
16		Elaboración en equipo de un mapa conceptual acerca de la consultoría en e-commerce.	Mapa conceptual que deberá contener la correcta relación de los elementos de la consultoría en e-commerce.	Pod cast	
17		Elaboración en equipo de un diagrama de flujo acerca del proceso de consultoría del e-commerce.	Diagrama de flujo que deberá contener la correcta relación de los pasos de la consultoría en e-commerce.	Lecturas	
18	3.2 Aplicaciones prácticas en las relaciones comerciales: Consultoría en el E-Commerce.	Elaboración en equipo de una matriz descriptiva acerca de los modelos de negocio en línea.	Matriz descriptiva, que contenga los elementos más importantes de cada modelo de negocios en línea para aplicarlos en una situación comercial.		
	3.3 Procesos de negociación en el E-Commerce.	Realización por equipos del caso práctico No. 3: “Consultoría en el E-Commerce”. Que consiste en la aplicación del software para generar documentos comerciales y el diseño de estrategias para elaborar el E-Commerce plan.	Reporte escrito del caso práctico, considerando la aplicación del software, así como estar redactado bajo los criterios marcados. 50%		
	3.4 Plan de Negocios.	Exposición en equipo de las conclusiones del caso práctico	Exposición del caso práctico No. 3, considerando el material utilizado, originalidad, veracidad de la información y dominio del tema. 30%		
	3.4.1 Descripción del negocio/modelo de negocio en línea: E-bookshop, E-software, E-newspaper, E-banking, E-shared dealing, E-learning E-travel, Web blogs y Redes Sociales.				
	3.5 Modelos de generación de ingresos.				
	3.5.1 Análisis del mercado.				
	3.5.2 Operaciones				
	3.5.3 Riesgos críticos.				
	3.5.4 Proyecciones financieras.				
	3.5.5 Oportunidades y Riesgos de los 3.5.5 Negocios por Internet				