



Subsistema de Universidades
Politécnicas

Manual de Asignatura

COE-CV
REV00

The form contains the following sections:

- Header:** COMERCIO ELECTRONICO (Práctico)
- Personal Data:** Nombre, Apellido, Lugar de nacimiento, Dirección, Teléfono
- Administrative Data:** Nombre del curso, Número del curso, Nombre del profesor, Fecha de entrega
- Content:** Descripción del curso, lista de temas a tratar, and a table for 'Módulos de aprendizaje'.
- Footer:** Fecha de recepción del trabajo, Fecha de recepción del curso, and Nombre.

The table is structured as follows:

COMERCIO ELECTRONICO											
CONTENIDO		SEMESTRE I				SEMESTRE II				TOTAL	
CONTENIDO	CARGOS	SEMESTRE I		SEMESTRE II		SEMESTRE I		SEMESTRE II		TOTAL	
		CARGOS	SEMESTRE I	CARGOS	SEMESTRE II	CARGOS	SEMESTRE I	CARGOS	SEMESTRE II	CARGOS	SEMESTRE I

LIC. EN ADMINISTRACIÓN Y
GESTIÓN DE PYMES

COMERCIO ELECTRÓNICO



DIRECTORIO

Secretario de Educación Pública

Dr. José Ángel Cordova Villalobos

Subsecretario de Educación Superior

Dr. Rodolfo Tuirán Gutiérrez

Coordinadora de Universidades Politécnicas

Mtra. Sayonara Vargas Rodríguez

ORIGINAL



PÁGINA LEGAL

Participantes

Mtra. Verónica Esperanza Ruiz Domínguez.- Universidad Politécnica de Guanajuato

Primera Edición: 2012

DR © 2012 Coordinación de Universidades Politécnicas.

Número de registro:

México, D.F.

ISBN-----



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
PROGRAMA DE ESTUDIOS	2
FICHA TÉCNICA.....	3
DESARROLLO DE LA PRÁCTICA O PROYECTO.....	5
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	6
GLOSARIO.....	15
BIBLIOGRAFÍA	18

ORIGINAL

INTRODUCCIÓN

Las empresas que deseen tener una presencia solamente por las formas tradicionales actualmente pierden competitividad, el internet se ha convertido en una herramienta indispensable y efectiva que puede posicionar a la organización en niveles de competitividad global que potencialicen su eficiencia.

Actualmente los consumidores cada vez utilizan el internet para realizar sus compras en online y los procedimientos de pago son cada vez más diversos, seguros y fáciles de utilizar.

El comercio electrónico es el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y más, en donde la distancia física y los costos se ven disminuidos. Gracias al comercio electrónico hoy en día se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa. Las empresas instalan una tienda virtual que despliega un catálogo de diversos productos, el cliente selecciona los de su interés e inicia el procesamiento de pago que, por coherencia y comodidad debe ser también electrónico.

Finalmente el pedido llega a la casa o al ordenador dependiendo del producto seleccionado. Para esto existe un excelente soporte, atención de quejas y procesamiento de devoluciones es un punto fundamental para el comercio electrónico, esta característica es el inicio de la diferenciación en cualquier empresa que lo implemente.

Este sistema cambia totalmente la dinámica de las relaciones cliente-empresa en cuanto al marketing, es la estructura misma de la empresa que cambia. Por lo anterior, es necesario dotar al alumno de las capacidades y habilidades en materia de comercio electrónico de manera que pueda ser otra estrategia más que pueda potenciar la eficiencia organizacional.

El objetivo del presente manual es proporcionar un documento que sirva de guía al profesor en la impartición de la asignatura, y que facilite el desarrollo de competencias en el alumno. Este documento está conformado por siete apartados que guían al profesor en la instrucción del alumno. En la ficha técnica se describe la justificación, el objetivo general, y se definen las capacidades y habilidades que se desarrollan en la asignatura; incluye además las unidades de aprendizaje y la bibliografía recomendada para el curso. Se presenta también, la planeación del aprendizaje donde se señalan las técnicas, instrumentos y métodos de evaluación sugeridas para alcanzar el resultado de aprendizaje, y se proponen actividades y prácticas que el profesor podrá adoptar en el desarrollo de las competencias. Finalmente, se incluye el glosario que clarifica la terminología empleada en el curso.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

PROGRAMA DE ESTUDIO																		
DATOS GENERALES																		
NOMBRE DEL PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Administración y Gestión de PYMES.																		
OBJETIVO DEL PROGRAMA EDUCATIVO: Formar profesionales con capacidades generales altamente competitivas que respondan a los desafíos a los que se enfrentan las organizaciones en ambientes de incertidumbre, dirigiendo eficazmente sus recursos y funciones, a través de una visión vanguardista para diseñar, evaluar y aplicar estrategias que permitan innovar e mejorar procesos en las organizaciones en un marco de sustentabilidad.																		
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: Comercio Electrónico																		
CLAVE DE LA ASIGNATURA: COE-CV																		
OBJETIVO DE LA ASIGNATURA: El alumno será capaz de aplicar los términos y conceptos de negocios electrónicos (e-business) así como la infraestructura tecnológica que hace posible el comercio electrónico y las herramientas publicitarias de acuerdo a las características del mercado.																		
TOTAL HRS. DEL CUATRIMESTRE: 75																		
FECHA DE EMISIÓN: Julio, 2012																		
UNIVERSIDAD PARTICIPANTES: Universidad Pública de Guatemala, Universidad Politécnica del Valle del Escal, Universidad Politécnica de Piérsamo.																		
CONTENIDOS PARA LA FORMACIÓN			ESTIMACIÓN DE APRENDIZAJE										EVALUACIÓN		OBSERVACIÓN			
UNIDADES DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	EVIDENCIAS	TÉCNICAS BASEREN		ESPACIO EDUCATIVO			MÓDULO FORMATIVA		MATERIALES REQUERIDOS	EQUIPOS REQUERIDOS	TOTAL DE HORAS				TÉCNICA	INSTRUMENTO	
			PARA LA ENSEÑANZA (PROFESOR)	PARA EL APRENDIZAJE (ALUMNO)	AULA	LABORATORIO	OTRO	PROYECTO	PRÁCTICA			PRESENCIA	NO PRESENCIA	PRESENCIA				NO PRESENCIA
1. Introducción al comercio electrónico, modelos y conceptos de negocios del comercio electrónico.	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: * Describir los orígenes y el crecimiento del comercio electrónico.	ICE1. Resuelve el cuestionario sobre el crecimiento del comercio electrónico en México en los últimos seis años. (AMPC)	Exposición, preguntas, discusión grupal.	Investigación, exposición, argumentación y debate de clase.	x	x	NA	NA	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	8	0	30	4	* Documental y de campo.	* Cuestionario que identifica las razones que definen el futuro del comercio electrónico. * Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo.	Las prácticas se realizaron en laboratorio de cómputo.
	* Identificar los principales modelos de negocios y compararlos entre el comercio electrónico.	ICE2. Elabora un diagrama de flujo para el registro de datos "Trading" de una página Web y sus características necesarias para implementar un sitio de comercio electrónico.	Exposición, preguntas, discusión grupal.	Investigación, exposición, argumentación y debate de clase.	x	x	NA	NA	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	6	0	2	2	* Campo.	* Guía de observación para datos de comercio electrónico. * Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo.	NA
	* Describir las características principales de comercio de Software, hardware y red que dan soporte al comercio electrónico.	ICE3. Resuelve el cuestionario para analizar los beneficios publicitarios en el comercio electrónico de cinco páginas Web.	Exposición, preguntas, discusión grupal.	Investigación, exposición, argumentación y debate de clase.	x	x	NA	NA	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	6	0	30	2	* Documental.	* Cuestionario sobre los beneficios publicitarios en el comercio electrónico. * Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo.	Las prácticas se realizaron en laboratorio de cómputo.
2. Condiciones éticas sociales y políticas del comercio electrónico.	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: * Describir las principales cuestiones éticas, sociales, políticas y legales que genera el comercio electrónico. * Identificar las políticas de empresas de comercio electrónico que atienden la privacidad.	ICE1. Detalla de las cuestiones éticas, sociales, políticas y legales en el comercio electrónico.	Exposición, preguntas, discusión grupal.	Investigación y debate.	x	x	NA	NA	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	6	0	2	2	* Campo.	* Guía de observación para datos de comercio electrónico. * Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo.	NA
	3. El comercio electrónico en acción, herramientas publicitarias en el comercio electrónico.	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: * Describir los principales tipos de portales en Internet. * Diseñar estrategias de marketing para el comercio electrónico.	ICE1. Resuelve cuestionario para analizar los beneficios publicitarios en el comercio electrónico de cinco páginas Web. ICE2. Elabora un plan de negocios electrónico sobre el desarrollo de estrategias de marketing.	Exposición, preguntas, discusión grupal.	Investigación, exposición, argumentación y debate de clase.	x	x	NA	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	6	0	30	2	* Documental.	* Cuestionario sobre los beneficios publicitarios en el comercio electrónico. * Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo.	Las prácticas se realizaron en laboratorio de cómputo.
4. Plan de negocios de comercio electrónico.	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: * Diseñar un plan de negocios en comercio electrónico. * Evaluar la factibilidad del plan de negocios en comercio electrónico.	ICE1. Proyecto: Formulación de un plan de negocios de comercio electrónico. ICE2. Exposición de un plan de negocios de comercio electrónico.	Exposición, preguntas.	Investigación y exposición, exposición argumentada.	x	x	NA	Proyecto: Formulación de un plan de negocios en comercio electrónico.	NA	Planes, Internet, dispositivos, tecnología.	Computador, PC, pizarra.	10	0	13	2	* Documental y de campo.	* Lista de cosas que se relacionan con el diagrama de flujo. * Guía de observación de exposición de plan de negocios.	Las prácticas se realizaron en laboratorio de cómputo.

FICHA TÉCNICA COMERCIO ELECTRÓNICO

Nombre:	Comercio electrónico
Clave:	COE-CV
Justificación:	Esta asignatura es importante para que el alumno sepa aplicar el comercio electrónico a un modelo de negocio innovador y con un enfoque global.
Objetivo:	El alumno será capaz de aplicar los términos y conceptos de negocios electrónicos (e-business) así como la infraestructura tecnológica que hace posible el comercio electrónico y las herramientas publicitarias de acuerdo a las características del mercado.
Habilidades:	<ol style="list-style-type: none"> 1) Recopilar información interna y externa. 2) Capacidad de síntesis, análisis e interpretación de datos. 3) Gestión de proyectos. 4) Toma de decisiones. 5) Trabajo en equipo. 6) Habilidades técnicas: <ul style="list-style-type: none"> Navegación por internet Diseño de conceptos en herramientas ofimáticas 7) Habilidades humanas: <ul style="list-style-type: none"> Interactuar efectivamente con las personas. 8) Habilidades conceptuales: <ul style="list-style-type: none"> Formular ideas. Desarrollar nuevos conceptos. Resolución creativa de problemas. 9) Habilidades de expresión oral y escrita. 10) Manejo de estrés y trabajo bajo presión. 11) Pro actividad y dinamismo.
Competencias genéricas a desarrollar:	Capacidad para análisis y síntesis para aprender, para resolver problemas, para aplicar los conocimientos en la práctica, para adaptarse a nuevas situaciones, para cuidar la calidad, para gestionar la información y para trabajar de forma autónoma y en equipo.

Capacidades a desarrollar en la asignatura	Competencias a las que contribuye la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la información de mercado obtenida considerando la estrategia general de la organización, para el diseño de estrategias de mercado pertinentes a sus necesidades. • Identificar los objetivos de mercado de la organización considerando los lineamientos establecidos por la organización, para seleccionar las estrategias de mercado pertinentes. • Seleccionar los criterios de mercado establecidos por la organización para la selección correcta de estrategias de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar estrategias de mercado mediante el análisis de la información para satisfacer las necesidades de la organización. • Evaluar estrategias de mercado considerando los criterios de mercado establecidos por la organización, para lograr los objetivos de la misma.

	Unidades de aprendizaje	HORAS TEORÍA		HORAS PRÁCTICA	
		Presencial	No presencial	Presencial	No presencial
Estimación de tiempo (horas) necesario para transmitir el aprendizaje al alumno, por Unidad de Aprendizaje:	1. Introducción al comercio electrónico, modelos y conceptos de negocios del comercio electrónico.	8	0	10	4
	2. Cuestiones éticas sociales y políticas del comercio electrónico.	6	0	2	2
	3. El comercio electrónico en acción, herramientas publicitarias en el comercio electrónico.	6	0	10	2
	4. Plan de negocios de comercio electrónico.	10	0	13	2
Total de horas por cuatrimestre:	75				
Total de horas por semana:	5				
Créditos:	5				



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

DESARROLLO DE PRÁCTICA

Nombre de la asignatura:	Comercio electrónico		
Nombre de la Unidad de Aprendizaje	Plan de negocios de comercio electrónico.		
Nombre de la práctica, ejercicio o actividad de aprendizaje:	Proyecto: Formulación de un plan de negocios de comercio electrónico.		
Número :	1	Duración (horas) :	10
Resultado de aprendizaje:	Al completar la unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de: * Desarrollar un plan de negocios en comercio electrónico. * Evaluar la factibilidad del plan de negocios en comercio electrónico.		
Requerimientos (Material o Equipo):	Equipo de cómputo. Proyector Material impreso Software para presentación		
Actividades a desarrollar por el profesor: <ul style="list-style-type: none">• Crear equipos de cuatro integrantes• Proporcionar asistencia en la elaboración del plan de negocio• Retroalimentar de acuerdo a los resultados de los alumnos y las recomendaciones efectuadas por ellos en su planificación financiera.			
Actividades a desarrollar por el alumno: <ul style="list-style-type: none">• Identificar una organización real que necesite el fortalecimiento empresarial mediante el comercio electrónico.• Desarrollar un plan de comercio electrónico con base en lo señalado en la asignatura.• Desarrollar una presentación ejecutiva en la que el equipo juegue en el aula el papel de consultor – vendedor del proyecto.• Presentar el proyecto a la organización.			
Evidencia a desarrollar			
EP1. Formulación de un Plan de negocios de comercio electrónico.			



INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

ORIGINAL

Nombre del alumno: _____

Fecha: _____ Grupo: _____

Instrucciones: Conteste las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es el comercio electrónico?
2. ¿Cuáles son las características de la tecnología de comercio electrónico?
3. ¿Cuáles son los beneficios del comercio electrónico?
4. ¿Cuáles son las limitantes del comercio electrónico?
5. ¿Qué factores consideras ayudarán a definir el futuro del comercio electrónico durante los próximos cinco años?



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

**CUESTIONARIO DE IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES QUE DEFINIRÁN EL
FUTURO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO
U1, EC1**

Nombre del alumno: _____

Fecha: _____ Grupo: _____

Instrucciones:

Visita la página AMIPCI <http://www.amipci.org.mx/> y analiza los estudios del comercio electrónico desde el 2006 al último año, y contesta el siguiente cuestionario.

1. ¿Cuál ha sido el crecimiento (en miles de millones de pesos y porcentaje) del comercio electrónico en México durante los últimos seis años?
2. ¿Qué sector es el que ha crecido durante los últimos seis años y porque consideras ese crecimiento?
3. ¿Cuál es el porcentaje de ventas, (por distribución geográfica en México) del comercio electrónico?
4. ¿Qué porcentaje de ventas por medio del comercio electrónico se realizan fuera del país?
5. Menciona cuáles son los medios de pago más utilizados en el comercio electrónico. Y ¿Cuál es el que está actualmente ganando más terreno?
6. Menciona cuales son las promociones más utilizadas para el comercio electrónico en México.
7. Menciona cuales son los controles y /o métodos de seguridad informática más utilizado en nuestro país para el comercio electrónico, y explica el grado de efectividad, de cada uno.
8. Menciona los problemas más comunes en México al comprar en línea.
9. ¿Cuáles son las razones más comunes por las que compra en línea los clientes?
10. Describe el perfil de los internautas que más compran en internet, en México. ¿Cuál es el nivel socioeconómico que realiza más compras en comercio electrónico en México?



LISTA DE COTEJO PARA LA ELABORACIÓN DE DIAGRAMAS DE FLUJO U1, EP1

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno(s) y/o Equipo:		Firma del alumno(s):	
Producto:	Nombre o tema de la Tarea:	Fecha:	
Asignatura:	Grupo:	Periodo cuatrimestral:	
Nombre del Docente:		Firma del Docente:	

INSTRUCCIONES

Revisar las características que se solicitan y califique en la columna “Valor Obtenido” el valor asignado con respecto al “Valor del Reactivo”. En la columna “OBSERVACIONES” haga las indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	Valor Obtenido	OBSERVACIONES
5%	Es entregado puntualmente. Hora y fecha solicitada (indispensable)		
5%	Presentación (Portada, etc.), Limpieza del trabajo y Ortografía		
	Desarrollo		
5%	Objetivo y planteamiento del problema: Se muestran de manera clara y están relacionados con el objetivo de la unidad de aprendizaje.		
60%	Procedimiento y lógica de la solución. Se emplea la simbología adecuada, así como los conectores y palabras necesarias. Se sigue una secuencia lógica desde el inicio hasta el final.		
20%	Resultado. La solución es correcta. Se llega a la misma por los caminos adecuados dentro del diagrama de flujo,		
5%	Formalidad. Entrega en tiempo y forma		
100%	CALIFICACIÓN:		



**GUÍA DE OBSERVACIÓN PARA DEBATE DE CUESTIONES ÉTICAS, SOCIALES Y POLÍTICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO
U2, ED1**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno(s):		Matricula:	Firma del alumno(s):
Producto:	Tema del Debate:		Fecha:
Asignatura:			Periodo semestral: Agosto-Diciembre
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar los documentos o actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia a evaluar se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" ocúpela cuando tenga que hacer comentarios referentes a lo observado.

Serán 2 rondas para exposición de ideas de 5 minutos por equipo. Y una ronda de conclusiones del debate por equipo con duración de 5 minutos

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
10%	Puntualidad en arribo al debate			
10%	Entrega de 5 ideas para debatir por alumno.			
10%	Debate. a. Utiliza adecuadamente su expresión verbal			
20%	b. Dominio del tema. No duda al expresar su opinión.			
20%	c. Responde con respeto a las opiniones de los compañeros.			
10%	Dominio de los nervios.			
10%	Respeto de tiempo asignado por el moderador.			
10%	Orden y trabajo en equipo durante el debate			
100%	CALIFICACIÓN:			



Subsistema de Universidades
Politécnicas

**CUESTIONARIO SOBRE LAS HERRAMIENTAS PUBLICITARIAS EN EL COMERCIO
ELECTRÓNICO
U3, EC1**

Nombre del alumno: _____

Fecha: _____ Grupo: _____

Instrucciones visita las siguientes páginas. www.dell.com, www.ticketmaster.com.mx, www.ibm.com,
www.ups.com, www.continental.com y

1. Analice cada uno de estos sitios antes mencionados.
2. Investigue los mecanismos que estos sitios ofrecen para pagos.
3. Analice qué alternativas tienen estos sitios para la relación y lealtad de cliente.
4. Clasifique los sitios con base en las categorías del comercio electrónico.
5. Exponga sus conclusiones de análisis de la empresa y sus estrategias de comercio electrónico.



LISTA DE COTEJO PARA ESTUDIO DE CASO DE LAS ESTRATEGIAS DE
MARKETING
U3, EP1

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno(s):		Matricula:	Firma del alumno(s):
Producto:	Nombre del Caso de practico:		Fecha:
Asignatura:			Periodo semestral: Agosto-Diciembre
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Sigue una metodología y sustenta todos los pasos que se realizaron al aplicar los conocimientos obtenidos durante el desarrollo del caso práctico.			
30%	Resultados. Cumplió totalmente con el objetivo esperado del caso práctico.			
20%	Conclusiones. Las conclusiones son claras y acordes con el objetivo esperado del caso práctico.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones acordadas.			
100%	CALIFICACIÓN:			



LISTA DE COTEJO PARA PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIO EN COMERCIO
ELECTRÓNICO
U4, EP1

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno(s):		Matricula:	Firma del alumno(s):
Producto:	Nombre del Proyecto :		Fecha:
Asignatura:			Periodo semestral:
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
4%	Presentación El trabajo cumple con los requisitos de: a. Buena presentación			
8%	b. No tiene faltas de ortografía			
2%	c. Mismo Formato (letra arial 14, títulos con negritas)			
2%	d. Misma Calidad de hoja e impresión			
4%	e. Maneja el lenguaje técnico apropiado			
10%	Introducción y Objetivo La introducción y el objetivo dan una idea clara del contenido del trabajo, motivando al lector a continuar con su lectura y revisión			
30%	Sustento Teórico Presenta un panorama general del tema a desarrollar y lo sustenta con referencias bibliográficas y cita correctamente a los autores.			
15%	Desarrollo Sigue una metodología y sustenta todos los pasos que se realizaron al aplicar los conocimientos obtenidos, es analítico y bien ordenado.			
10%	Resultados Cumplió totalmente con el objetivo esperado, tiene aplicaciones concretas.			
10%	Conclusiones Las conclusiones son claras y acordes con el objetivo esperado.			
5%	Responsabilidad Entregó el reporte en la fecha y hora señalada.			
100%	CALIFICACIÓN:			



**GUÍA DE OBSERVACIÓN DE EXPOSICIÓN DE PLAN DE NEGOCIO EN COMERCIO
ELECTRÓNICO
U4, ED1**

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno(s) y/o Equipo:		Firma del alumno(s):
Producto:	Nombre del Trabajo de Investigación:	Fecha:
Asignatura:	Grupo:	Periodo cuatrimestral:
Nombre del Docente:		Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las características que se solicitan y califique en la columna "Valor Obtenido" el valor asignado con respecto al "Valor del Reactivo". En la columna "OBSERVACIONES" haga las indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	Valor Obtenido	OBSERVACIONES
5%	Se tiene todo preparado puntualmente. Hora y fecha señalada (indispensable)		
5%	Arreglo personal de los expositores, Presentación verbal de los miembros y explicación de tema u objetivos		
	Desarrollo		
15%	Trabajo previo de investigación y Preparación del tema		
10%	Organización del trabajo, definición de roles y participación y de todos los miembros del equipo en la exposición		
10%	Utilización de apoyos visuales (Power Point/Rotafolios o dibujos/Modelos físicos, entre otros), auditivos (música, etc.) o kinestésicos durante la presentación		
15%	Lógica de desarrollo de la presentación y congruencia con los objetivos		
10%	Habilidades de la Exposición (Seguridad/Lenguaje adecuado/Capacidad para despertar interés/Volumen de voz)		
10%	Exposición de los Resultados y Conclusiones		
10%	Resolución de dudas		
10%	Reporte escrito de la presentación		
100%	CALIFICACIÓN:		

GLOSARIO

A

AMIPCI. La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) fue fundada en 1999; integra a las empresas que representan una verdadera influencia en el desarrollo de la Industria de Internet en México.

C

Competitividad. Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible.

Computadora. Dispositivo electrónico capaz de recibir un conjunto de instrucciones y ejecutarlas realizando cálculos sobre los datos numéricos, o bien compilando y correlacionando otros tipos de información.

Comercio electrónico. Consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas. Originalmente el término se aplicaba a la realización de transacciones mediante medios electrónicos tales como el Intercambio electrónico de datos, sin embargo con el advenimiento de la Internet y la World Wide Web a mediados de los años 90 comenzó a referirse principalmente a la venta de bienes y servicios a través de Internet, usando como forma de pago medios electrónicos, tales como las tarjetas de crédito.

Correo electrónico. Sistema de envío y recepción de correo mediante el uso de un ordenador o computadora u otro dispositivo electrónico, de manera que se utilice una red de área local (LAN), Internet o conexiones inalámbricas para su transmisión y recepción. Se conoce también como e-mail, término que deriva de Electronic Mail; 'mensajería electrónica' es una acepción más restrictiva, que suele referirse a mensajes enviados desde dispositivos de comunicaciones, como teléfonos móviles.

CPU. Unidad de Central de Procesamiento.

D

Domino: Un dominio de Internet es una red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet., el propósito principal de los nombres de dominio en Internet y del sistema de nombres de dominio (DNS), es traducir las direcciones IP de cada nodo activo en la red, a términos memorizables y fáciles de encontrar. Esta abstracción hace posible que cualquier servicio (de red) pueda moverse de un lugar geográfico a otro en la red Internet, aun cuando el cambio implique que tendrá una dirección IP diferente

E

e-bussines. Negocio electrónico o e-business, (acrónimo del idioma inglés electronic y business), se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresariales resultantes de la incorporación a los negocios de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) generales y particularmente de Internet, así como a la nueva configuración descentralizada de las organizaciones y su adaptación a las características de la nueva economía.

e-commerce. El comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electronic commerce en inglés), consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas.

H

Hardware. Representa los componentes físicos que constituyen la computadora, es decir, todos los elementos materiales.

Herramienta ofimática. Son todas aquellas aplicaciones computacionales de uso general que auxilian en algunas de las tareas de oficina, con el fin de automatizarlas y mejorar la calidad de sus productos.

Hosting. El alojamiento web (en inglés web hosting) es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web. Es una analogía de "hospedaje o alojamiento en hoteles o habitaciones" donde uno ocupa un lugar específico, en este caso la analogía alojamiento web o alojamiento de páginas web, se refiere al lugar que ocupa una página web, sitio web, sistema, correo electrónico, archivos etc. en internet o más específicamente en un servidor que por lo general hospeda varias aplicaciones o páginas web.

Hoja de cálculo. Aplicación ofimática utilizada normalmente en tareas de balances, creación de presupuestos o previsiones, y en otras tareas financieras.

I

Internet: Interconexión de redes informáticas que permite a los ordenadores o computadoras conectadas comunicarse directamente, es decir, cada ordenador de la red puede conectarse a cualquier otro ordenador de la red. El término suele referirse a una interconexión en particular, de carácter planetario y abierto al público, que conecta redes informáticas de organismos oficiales, educativos y empresariales.

Infraestructura tecnológica. Es el conjunto de hardware y software sobre el que se asientan los diferentes servicios que la Universidad necesita tener en funcionamiento para poder llevar a cabo toda su actividad, tanto docente como de investigación o de gestión interna.

N

Navegador de internet. Es una aplicación que opera a través de Internet, interpretando la información de archivos y sitios web para que podamos ser capaces de leerla, (ya se encuentre ésta alojada en un servidor dentro de la World Wide Web o en un servidor local).

P

Portal de internet. Es un término que se ha puesto muy de moda en charlas tanto sociales como de negocios. La gente solía usar el término "página de Internet" para referirse al sitio en que se encuentra publicada su empresa, pero pareciera como que el concepto de Portal está resultando más atractivo, aun cuando el término más apropiado para referirse a los sitios que encontramos publicados en Internet debiera ser el de Sitio Web (por su denominación en inglés "website").

Procesador de texto. Aplicación ofimática utilizada para la manipulación de documentos basados en texto.

Página Legal. Contiene el nombre de los participantes que elaboran la guía, así como la leyenda en donde se anotará el número de la edición, el año en que se reservaron los derechos representados por el signo © (Copyright), seguido del texto Coordinación de Universidades Politécnicas, el número de registro ante derechos de autor, el lugar de impresión y el número de ISBN cuando éste se otorgue por el Instituto Nacional de Derechos de Autor.

Presentaciones electrónicas. Programa para hacer presentaciones corporativas

Plan de negocios. Es un documento que describe por escrito, un negocio que se pretende iniciar o que ya se ha iniciado. Este documento generalmente se apoya en documentos adicionales como el estudio de mercado, técnico, financiero y de organización.

Proyecto. Consiste esencialmente en organizar un conjunto de acciones y actividades a realizar, que implican el uso y aplicación de recursos humanos, ambientales, financieros y técnicos en una determinada área o sector, con el fin de lograr ciertas metas u objetivos que integren las capacidades de varias asignaturas. En el proceso de formulación, quien lo hace organiza las ideas de una manera lógica, precisa los objetivos que puede alcanzar con su acción y concreta las actividades específicas que necesita realizar.

S

Software. Programas de computadoras, son las instrucciones responsables de que el hardware (la máquina) realice su tarea.

Sistema Operativo. Software básico que controla una computadora. El sistema operativo tiene tres grandes funciones: coordina y manipula el hardware del ordenador o computadora, como la memoria, las impresoras, las unidades de disco, el teclado o el Mouse; organiza los archivos en diversos dispositivos de almacenamiento, como discos flexibles, discos duros, discos compactos o cintas magnéticas, y gestiona los errores de hardware y la pérdida de datos.

Sistemas de información. Conjunto de elementos que interactúan entre sí para apoyar las actividades de una empresa o negocio.

W

Web. Es un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet. Con un navegador web, un usuario visualiza sitios web compuestos de páginas web que pueden contener texto, imágenes, vídeos u otros contenidos multimedia, y navega a través de ellas usando hiperenlaces.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

TÍTULO: E-commerce: negocios, tecnologías, sociedad
AUTOR: LAUDON, Kenneth C. ; Guercio Travel, Carol
AÑO: 2009
EDITORIAL O REFERENCIA: Pearson, Prentice Hall
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: México, 2009
ISBN O REGISTRO: 9786074420494

TÍTULO: El comercio electrónico internacional
AUTOR: GAMEZ Gamez, Arturo
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: Alcala grupo editorial
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: México, 2011
ISBN O REGISTRO: 9788499763446

TÍTULO: Tecnologías de información en los negocios.
AUTOR: COHEN Karen, Daniel; Asin Lares, Enrique.
AÑO: 2009
EDITORIAL O REFERENCIA: MC Graw Hill
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: México, 2009
ISBN O REGISTRO: 9789701066669

Complementaria

TÍTULO: Comercio electrónico
AUTOR: GONZÁLEZ López, Oscar Rodrigo.
AÑO: 2010
EDITORIAL O REFERENCIA: Anaya multimedia
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: Madrid, 2010
ISBN O REGISTRO: 9788441528093

TÍTULO: Del Ecommerce al EWcommerce
AUTOR: VIZNER, José Antonio.
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: Homo Legens S.L.
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: España, 2011
ISBN O REGISTRO: 8492518901

TÍTULO: Tu negocio en Internet: Una guía para emprendedores
AUTOR: CHÁVEZ Silva, Miguel Ángel.
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: Palibrio
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: Estados Unidos de América, 2011.
ISBN O REGISTRO: 97861617649912