



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

SILABO

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre de la Asignatura :	Comercio Electrónico
1.2 Código Del Curso :	IEI004
1.3 Condición :	Electivo
1.4 Requisito :	Gestión del Capital Humano
1.5 No. de Horas :	4
1.6 No. De Créditos :	3
1.7 Ciclo :	0
1.8 Semestre Académico :	2022-B
1.9 Duración :	17 semanas
1.10 Docentes :	Ing. YESENIA GUEVARA VALDIVIEZO

2. SUMILLA

El estudiante de Ingeniería Industrial, participa en el análisis y comentarios sobre el Comercio Electrónico. En este sentido la asignatura es de naturaleza teórica y práctica, perteneciente al área de formación básica; tiene como propósito facilitar y proporcionar al estudiante de herramientas estratégicas para optimizar su futuro trabajo profesional, para este fin se inician con los siguientes contenidos: Comercio Electrónico, El Internet Esquema de Seguridad, Medios de Pago, El marketing en el comercio electrónico, Categorías de Mercado, Valores, sociedad y políticas en el Comercio electrónico/confianza en la Ec. Digital, Redes Sociales, Contenidos y Medios en Línea, Nichos de Mercado Electrónico

3. COMPETENCIAS GENERALES

- 3.2 Reconoce, comprende y aplica los conceptos, principios y criterios del comercio electrónico como medio de disminución del riesgo empresarial, a través de una buena toma de decisiones basada en información
- 3.2. Comprende e identifica el área de pertenencia de los problemas en la seguridad en internet, considerando la relación con la empresa
- 3.3 Reconoce y analiza el muestreo así como los distintos modelos de negocio, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional
- 3.4 Reconoce y comprende la logística en el comercio electrónico de acuerdo a la situación en que se encuentre; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional.

4. PROGRAMACIÓN TEMÁTICA

UNIDAD 1: Comercio Electrónico			
I. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Comprende los conceptos generales del comercio electrónico así como las ventajas que conlleva la misma.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
1	Definiciones de comercio electrónico, e-business y m- business Estructura del comercio electrónico Mercados electrónicos El comercio electrónico en el mundo Ventajas del comercio electrónico Agentes y capas esenciales del comercio electrónico	Expone la importancia de algunos conceptos generales del comercio electrónico, así como los agentes y capas esenciales del comercio electrónico. Comprende y explica las	Comprensión y evaluación de algunos conceptos generales del comercio electrónico, así como las ventajas de la misma

		ventajas del comercio electrónico.	
UNIDAD 2: El Internet			
II. COMPETENCIA DE LA UNIDAD : Reconoce y comprende eficiencia e importancia del internet; evalúa y aplica con eficiencia, valorando el significado de estas herramientas para su vida personal y profesional			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
2	- Origen y Evolución - Internet en la actualidad	Describe y explica con eficiencia y importancia del internet haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal. Conocer y comprender las encuestas como herramientas.	Comprensión y evaluación del internet en el comercio electrónico Análisis y evaluación de las encuestas como herramientas
UNIDAD 3: Esquema de Seguridad			
III. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Identifica y comprende los distintos esquemas de seguridad del comercio electrónico. Evalúa y aplica con eficiencia, las distintas amenazas para las condiciones de estudio, valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su labor profesional			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
3	Seguridad en Internet Seguridad en sitios web Amenazas para el sitio web	Describe y conoce los esquemas de seguridad del comercio electrónico haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal	Comprensión y evaluación de los esquemas de seguridad en el comercio electrónico.
UNIDAD 4: Medios de Pago			
IV. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Reconoce y comprende cada uno de los distintos medios de pago; evalúa y aplicación eficiencia las estrategias respectivas para las condiciones de estudio, valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su quehacer profesional.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES

4	Mecanismos Electrónicos de Pago Compañías de intermediación electrónica para sistemas basados en tarjetas de crédito tradicionales Seguridad en las transacciones de pago	Describe y explica con eficiencia los mecanismos electrónicos de pago, haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.	Comprensión y evaluación de cada uno de los medios de pago para el comercio electrónico.
UNIDAD 5: El marketing en el comercio electrónico			
V. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Identifica y comprende cada paso de la estrategias del Marketing en el comercio electrónico; evalúa y aplica con eficiencia, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su labor profesional			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
5	La estrategia del Marketing Las 4Ps del Marketing en Internet Creación de Valor a través de Internet Una tienda en Internet	Describe y explica, con eficiencia del Marketing por internet, haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.	Comprensión y evaluación de cada paso del proceso del Marketing por internet
UNIDAD 6: Categorías de Mercado			
VI. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Reconoce y comprende las categorías de mercado; evalúa y aplica con eficiencia, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
6	Categorías de Mercado Modelos de Negocio	Describe y explica, las categorías de Mercado haciendo uso de las diapositivas de clase a nivel individual y grupal.	Comprensión y evaluación de las distintas categorías de Mercado
UNIDAD 7: Valores, sociedad y políticas en el Comercio electrónico/confianza en la Ec. Digital.			
VII. COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Identifica las características y los distintos tipos de mercados organizacionales; evalúa y aplica con eficiencia, los diferentes modelos de conducto del comprador; valorando			

la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
7	- Valores, sociedad y políticas en el Comercio electrónico/confianza en la Ec. Digital.	-Comprende y explica, con eficiencia Valores, sociedad y políticas en el Comercio electrónico/confianza en la Ec. Digital.haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.	Comprensión y aplicación de los valores, sociedad y políticas en el Comercio electrónico/confianza en la Ec. Digital.
UNIDAD 8: EXAMEN PARCIAL			
UNIDAD 9: Redes Sociales, Contenidos y Medios en Línea			
IX COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Reconoce y analiza las redes sociales y los medios en Línea para el Comercio Electrónico, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
9	- Redes Sociales y su Influencia en el Comercio Electrónico - Generación de Contenido - Medios en Línea	Describe y explica, con eficiencia las redes sociales, los contenidos en línea haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.	Comprensión y evaluación de las redes sociales para el Comercio Electrónico
UNIDAD 10: Nichos de Mercado Electrónico			
X COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Compara y comprende los nichos de mercado electrónico, evalúa y aplica con eficiencia, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
10	- Definiciones previas - ¿Qué es un nicho de Mercado?	Describe y explica, los distintos nichos de mercado	- Comprensión y Evaluación de los nichos de

	<ul style="list-style-type: none"> - Importancia de la búsqueda de los Nichos de Mercado - Nichos de Mercado electrónico 	<p>Electrónico haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal</p>	<p>mercado electrónico</p>
UNIDAD 11: Logística del Comercio Electrónico			
XI COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Reconoce y comprende la importancia de la logística del Comercio Electrónico, evalúa y aplica con eficiencia, las estrategias respectivas para las condiciones de estudio, valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
11	<ul style="list-style-type: none"> - La logística. Conceptos generales - Definiciones previas - Importancia de la logística en el Comercio Electrónico 	<p>Describe y explica, la importancia de la logística del Comercio Electrónico haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.</p>	<p>Comprensión y evaluación del manejo de la logística del Comercio Electrónico.</p>
UNIDAD 12: Modelos de Negocio en Internet			
XII COMPETENCIA DE LA UNIDAD: Reconoce y conceptos y el proceso para lograr una eficiente selección del mercado meta, evalúa y aplica con eficiencia las estrategias respectivas para las condiciones de estudio; valorando la relevancia de estos conocimientos y estrategias para su trabajo profesional.			
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES
12	<p>Modelos de negocios en Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - B2C: Business to Consumer - B2B: Business to Business 	<p>Describe y explica con eficiencia los distintos modelos de negocios en internet haciendo uso de las diapositivas de clase o de la separata a nivel individual y grupal.</p>	<p>Comprensión y Evaluación de los distintos modelos de negocios en internet</p>
13	<ul style="list-style-type: none"> - C2C: Consumer to Consumer - C2B: Consumer to Business - A2B/C/A: Administration to - 		
14	<ul style="list-style-type: none"> - Business/Consumer/Administration (e government) - P2P: Peer to Peer. - B2E: Business to Employee 		
15	SUSTENTACION DE PROYECTO		
16	EXAMEN FINAL		
17	EXAMEN SUSTITUTORIO		

5. EVALUACIÓN

La nota final del curso será con la siguiente fórmula:

$$Nota\ Final = \frac{EP(3) + EF(4) + ((P1 + P2)/2)(3)}{10}$$

Donde:

Examen Parcial	(EP)
Examen Final	(EF)
Promedio de Prácticas 1	(P1)
Promedio de Prácticas 2	(P2)

6. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Laudon K.C. & Traver C.G. e-commerce. Ed. Pearson PH, 4ª ed. Mexico2009.

Don Tascott. La creación de valor

Laudon K.C. & Traver C.G. e-commerce. Ed. Pearson PH, 4a ed. Mexico2009.

Arellano, R. & otros. Como desarrollar el CE en el Peru. Ed. Pearson. Peru,2010.

Laudon K.C. & Traver C.G. e-commerce. Ed. Pearson PH, 4a ed. Mexico2009.

Álvaro Gómez V. Las claves de la economía digital. Ed. Alfaomega Ra MaMéxico
2003

Laudon K.C. & Traver C.G. e-commerce. Ed. Pearson PH, 4a ed. Mexico2009.