



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN**  
**LICENCIATURA: ADMINISTRACIÓN**

<b>PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:</b>				
COMERCIO ELECTRÓNICO				
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA</b>				
<b>MODALIDAD:</b>	Curso	Área Profesionalizante: Orientación Terminal Mercadotecnia Integral		
<b>TIPO DE ASIGNATURA:</b>	Teórico – Práctica			
<b>SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:</b>	7° a 9°			
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Optativa de Elección			
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b>	8		Clave:1850	
<b>HORAS DE CLASE A LA SEMANA:</b>	6	<b>Teóricas:</b> 2	<b>Prácticas:</b> 4	<b>Semanas de clase:</b> 16
				<b>TOTAL DE HORAS:</b> 96
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:</b>	Ninguna			
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:</b>	Ninguna			

**OBJETIVO GENERAL**

El alumno usará la Red de Internet como instrumento de comercio y conocerá las ventajas de la empresa en la Web.  
 Conocerá el concepto de comercio electrónico como herramienta de venta y mercado y aplicará los aspectos legales y de seguridad requeridos en el e-commerce.

<b>ÍNDICE TEMÁTICO</b>			
<b>UNIDAD</b>	<b>TEMAS</b>	<b>Horas Teóricas</b>	<b>Horas Prácticas</b>
1	Fundamentos de Comercio Electrónico	8	16
2	Tecnologías de Información para los Negocios Electrónicos	8	16
3	Manejo de Aplicaciones para Negocios Electrónicos	8	16
4	Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico	8	16
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		64
	Total de Horas		96

## CONTENIDO TEMÁTICO

---

### **1. FUNDAMENTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 1.1. Análisis comparativo entre el comercio tradicional y el comercio electrónico.
- 1.2. Conceptos básicos e importancia del comercio electrónico.
- 1.3. Comercio electrónico y su relación con la globalización.
- 1.4. Planeación estratégica de productos en Internet.
- 1.5. Problemática del comercio electrónico a través de Internet.

### **2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS**

- 2.1. Que son los mercados digitales.
- 2.2. Tecnologías emergentes.
- 2.3. Arquitecturas de redes.
- 2.4. Arquitecturas cliente-servidor.
- 2.5. Procesos distribuidos.
- 2.6. Bases de datos.
- 2.7. Multimedia.
- 2.8. Sistemas electrónicos de pago.
- 2.9. Lenguajes y Sistemas WEB.

### **3. MANEJO DE APLICACIONES PARA NEGOCIOS ELECTRÓNICOS**

- 3.1. Concepto de arquitecturas de intranets y extranet.
- 3.2. Tiendas y oficinas virtuales.
- 3.3. Sistemas de distribución de información y aplicaciones de inteligencia de negocios.
- 3.4. Cadena electrónica de suministros: portales y blogs.
- 3.5. Sistemas electrónicos de pago.
- 3.6. Estrategias comerciales.
- 3.7. Componentes de un sistema de comercio electrónico (transporte de contenido, clientes de programación, sesiones, cookies, etc.).
- 3.8. Conceptos de encriptación, creación y administración de contenido.
- 3.9. Procesamiento de transacciones.
- 3.10. Dispositivos de acceso a aplicaciones.
- 3.11. Arquitecturas de cómputo (servidores y redes de comunicación).

### **4. ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 4.1. Códigos uniformes y acuerdos internacionales.
- 4.2. Contratos de Comercio Electrónico, Derechos y obligaciones, tanto del proveedor como del consumidor.
- 4.3. Propiedad intelectual y privacidad.
- 4.4. Legislación Nacional e Internacional.

## BIBLIOGRAFÍA

---

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Chase, Larry, *Comercio electrónico: tácticas probadas para hacer negocios en Internet*, Editorial Limusa-Wiley, 1999.
- Burgos, Daniel, *Comercio Electrónico*, Publicidad y marketing en Internet, México, Editorial Mc Graw Hill, 2007, 213 pp.
- Mehdi Khosrowpour, *Utilizing and managing commerce and services online*, Editorial Hershey, Pennsylvania: CyberTech, 2007.
- G. Radhamani, G. S. V. Radha Krishna Rao, *Web services security and e-business*, Pennsylvania: Idea Group, Editorial Hershey, 2007.
- Schneider, Gary P., *Electronic commerce*, México, Editorial Course Technology Boston, Massachusetts; 2006.
- Miguel Asensio Pedro Alberto de, *Derecho del comercio electrónico*, México D.F., Editorial Porrúa, 2005.
- Navarro Isla Jorge, *Tecnologías de la información y de las comunicaciones: aspectos legales*, México D. F., Editorial Porrúa, 2005.
- Paloma Llana González, *E-commerce E-contratos: modelos de contratos, cláusulas y condiciones generales comentadas*, Barcelona, Editorial Bosch, 2004.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Gómez Vieites Alvaro, *Sistemas de información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial*, México, Editorial Alfaomega/Rama, 2007, 227 pp.
- Luna Huerta Paula, et al. *Tecnologías de la información y las comunicaciones en la empresa*, España, Editorial La Ley, 2001, 594 pp.
- Gómez Vieites Alvaro, *Sistemas de información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial*, México, Editorial Alfaomega/Rama, 2007, 227 pp.
- Óscar Rodrigo González López, *Comercio electrónico*, Madrid, Editorial Anaya Multimedia, 2005.

### CIBERGRAFÍA

- <http://dgbiblio.unam.mx> (librunam, tesunam, bases de datos digitales)
- <http://google.com>
- <http://copernic.com>
- <http://avalon.cuautitlan2.unam.mx>

**SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA  
ASIGNATURA**

<b>SUGERENCIAS DIDÁCTICAS</b>	<b>UTILIZACIÓN EN EL CURSO</b>
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	✓
Prácticas de campo	✓
Otras	

**MECANISMOS DE EVALUACIÓN**

<b>ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE</b>	<b>UTILIZACIÓN EN EL CURSO</b>
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	
Exposición de seminarios por los alumnos	✓

<b>PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA</b>			
LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
En Administración o, Informática o, en Mercadotecnia	Sistemas Computacionales o, Mercadotecnia		Comercio Electrónico