

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN BÁSICA

### COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

#### PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

#### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. **Unidad Académica:** Facultad de Contaduría y Administración
2. **Programa Educativo:** Licenciados en Negocios Internacionales, Licenciados en Contaduría, Licenciados en Administración de Empresas
3. **Plan de Estudios:** 2009-2
4. **Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** E-commerce en los negocios
5. **Clave:** 38231
6. **HC:** 02 **HL:** 02 **HT:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
7. **Etapas de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
8. **Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
9. **Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ningún requisito

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R**EGISTRADO **O**

18 DIC 2020

REGISTRADO

DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

Firma

Vo.Bo. de subdirector(es) de  
Unidad(es) Académica(s)

Firma

Equipo de diseño de PUA

DRA. Maricela Sevilla Caro

DRA. Blanca Estela Bernal Escoto

MTIC. Carina García Favela

MTIC. Perla Flor Márquez Silva

MTIC. Vanessa Fabiola Quiroz Zaragoza

DRA. Esperanza Manrique Rojas

Subdirectora Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana

Fecha: 24 de agosto 2020



## II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje se encuentra en la etapa disciplinaria, es optativa. Tiene como propósito, ofrecer al estudiante los fundamentos y estrategias del comercio electrónico y su aplicación en el ámbito de los negocios.

## III. COMPETENCIA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Construir el diseño de un proyecto de comercio electrónico, analizando los aspectos de planeación, puesta en marcha y estrategias de marketing para explorar el potencial de esta herramienta de negocios, con visión creativa y responsabilidad.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R**EGISTRAD**O**  
18 DIC 2020  
**R**EGISTRAD**O**

## IV. EVIDENCIA(S) DE DESEMPEÑO

Sitio web de comercio electrónico donde se incluyan estrategias de marketing digital.

DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTABILIDAD

## V. DESARROLLO POR UNIDADES

### UNIDAD I. Introducción al comercio electrónico

**Competencia:** Comprender las bases teóricas del comercio electrónico mediante la investigación documental para conocer el fundamento tecnológico y de negocios en que se desarrolla, con dedicación y responsabilidad.

**Contenido:**

1. Fundamentos del comercio electrónico
2. Diferencias entre el comercio electrónico y el comercio tradicional
3. Ventajas y desventajas
4. Categorías del comercio electrónico
5. Principales modelos de negocios del comercio electrónico
6. Aspectos legales de los negocios en el comercio electrónico

**Duración:** 7 horas.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R** REGISTRAD **O**  
18 DIC 2020

REGISTRAD  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTABILIDAD

## UNIDAD II. Infraestructura del comercio electrónico

### Competencia:

Evaluar los componentes de la infraestructura con que se elabora un proyecto de comercio electrónico mediante un análisis comparativo para proponer un diseño adecuado con responsabilidad, creatividad y honestidad.

### Contenido:

**Duración:** 8 horas.

1. Proveedores de servicio de internet
2. Tecnologías para el comercio electrónico
3. Sistemas de pago
4. Logística y distribución
5. Aspectos de seguridad

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA  
**R**EGISTRAD**O**  
18 DIC 2020  
REGISTRAD  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA



### UNIDAD III. Mercadotecnia digital

**Competencia:**

Plantear la estrategia de marketing digital para una empresa de la localidad, mediante el análisis de las distintas herramientas de mercadotecnia digital, para aprovechar la web como medio de comercialización, con creatividad e innovación.

**Contenido:****Duración:** 11 horas

1. Revolución industrial 4.0
  - a. Concepto de mercadotecnia
  - b. Conceptos centrales de la mercadotecnia
  - c. Revoluciones industriales del marketing
2. Diseñar las 4´C del marketing digital
  - a. Contenido (Valor para el cliente)
  - b. Comunidad (influencers)
  - c. Conexión (herramientas digitales)
  - d. Conversación (fidelidad)
3. Análisis de las herramientas digitales
  - a. Conocer y analizar las herramientas digitales
  - b. Identificar las ramas del marketing

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R**EGISTRADO  
18 DIC 2020  
**O**

REGISTRADO  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA



FACULTAD DE CONTADURIA  
Y ADMINISTRACIÓN

## UNIDAD IV. Diseñar e implementar un proyecto de comercio electrónico

### Competencia:

Elaborar un proyecto de comercio electrónico, mediante un diagnóstico de marketing digital, para ofrecer un valor agregado a los grupos de interés con responsabilidad y honestidad.

### Contenido:

**Duración:** 6 horas.

1. Elaboración de diagnóstico del marketing digital
2. Desarrollar la infraestructura del negocio
3. Desarrollar la mezcla promocional digital
4. Diseñar las estrategias de marketing

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA  
**R**EGISTRADO  
18 DIC 2020  
**O**REGISTRADO  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA



## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE LABORATORIO

No. de Práctica	Competencia	Descripción	Material de Apoyo	Duración
<b>UNIDAD I</b>				
1	Identificar los fundamentos, diferencias, ventajas, desventajas y categorías del comercio electrónico, a partir de herramientas gráficas para presentar y organizar lo aprendido sobre el tema, con honestidad y responsabilidad.	Elaborar un mapa conceptual donde identifique los fundamentos, diferencias, ventajas, desventajas y categorías del comercio electrónico.	Bibliografía y recursos electrónicos	1 horas
2	Comparar los modelos de negocios y aspectos legales, a partir de una tabla comparativa, para comprender y aplicar el modelo de negocios ideal para la empresa basándose en las leyes ya establecidas con responsabilidad.	Elaborar una tabla comparativa de los modelos de negocios y aspectos legales de negocios del comercio electrónico.	Equipo de cómputo	2 horas
<b>UNIDAD II</b>				
3	Distinguir y razonar, a partir de la información proporcionada para determinar cuáles son los principales componentes de la infraestructura del comercio electrónico con responsabilidad.	Elaborar una investigación de los principales componentes de la infraestructura del comercio electrónico.	Bibliografía y recursos electrónicos	3 horas
4	Comparar proveedores, basándose en la oferta del mercado, para distinguir las características de los servicios que ofrece cada uno de ellos, con honestidad y responsabilidad.	Elaborar un cuadro comparativo de los distintos proveedores de infraestructura.	Equipo de cómputo	2 horas
<b>UNIDAD III</b>				
5	Distinguir las diferencias entre el marketing tradicional y el digital mediante la elaboración de un mapa conceptual, para relacionar su aplicación en las organizaciones, con creatividad y pro actividad.	Elaborar un mapa conceptual del marketing: tradicional vs digital	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	2 horas

6	Comprender las 4C's del marketing digital mediante un estudio documental que les permita aplicarlas en su práctica docente, con honestidad y responsabilidad social.	Elaborar una investigación sobre las 4C's del marketing digital.	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	3 horas
7	Plantear la estrategia de marketing digital para mediante el análisis comparativo de dos empresas de la localidad, que le permita implementar múltiples herramientas de la web como medio de comercialización, con creatividad e innovación.	Elaborar un análisis comparativo de los sitios web de dos empresas, en donde identifiquen los elementos de diseño que los integran y cuáles pueden ser mejorados..	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	1 horas
<b>UNIDAD IV</b>				
8	Elaborar un diagnóstico de mercadotecnia, a partir de las herramientas de marketing digital, para modelar una estrategia apropiada para la empresa, con responsabilidad y ética.	Hacer un diagnóstico de mercadotecnia, a fin de proporcionar las estrategias de marketing digital.	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	4 horas
9	Proponer un prototipo de sitio web, basándose en el diagnóstico de mercadotecnia y en las herramientas de diseño web, para crear una propuesta de comercio electrónico que satisfaga las necesidades de la empresa, con creatividad.	Diseñar una presentación del prototipo del sitio web.	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	7 horas
10	Crear un sitio web de comercio electrónico y su presentación, a partir del prototipo previamente aprobado, para desarrollar un modelo negocio de comercio electrónico al cliente, con honestidad y pro actividad.	Construir y presentar el sitio web.	Bibliografía y recursos electrónicos Equipo de cómputo	7 horas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA  
**REGISTRADO**  
18 DIC 2020  
**REGISTRADO**  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

## VII. MÉTODO DE TRABAJO

**Encuadre:** El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

**Estrategia de enseñanza (docente):**

- Presentación y asesoría por parte del maestro
- Retroalimentación permanente.

**Estrategia de aprendizaje (alumno):**

- Revisión de materiales por parte de estudiante
- Investigaciones por parte del alumno
- Elaboración de ensayos, tareas, prácticas, ejercicios, etc.
- Trabajo en equipo
- Exposición por parte del alumno

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R**EGISTRAD**O**  
18 DIC 2020  
EGISTRAD

DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

### Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

### Criterios de evaluación

- |   |             |
|---|-------------|
| ● Evaluación de las unidades<br>(Exámenes parciales)  | 30%         |
| ● Evaluación de actividades   | 30%         |
| ● Elaboración y exposición del proyecto<br>Evidencia de desempeño<br>(Elaboración y presentación de un sitio web) | 40%         |
| <b>Total.....</b>   | <b>100%</b> |

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA

**R**EGISTRAD**O**  
18 DIC 2020  
REGISTRAD  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA



## IX. REFERENCIAS

### Básicas

- Chaffey, D., Ellis-Chadwick F.(2014). *Marketing digital: estrategia, implementación y práctica* [Clásica]. Pearson Educación.
- Fisher, L., Espejo,J. (2017). *Mercadotecnia*. McGraw-Hill Education.
- Kütz, M. (2016). *Introduction to E-Commerce*, 1st Edition.  
[irp-cdn.multiscreensite.com/1c74f035/files/uploaded/introduction-to-e-commerce.pdf](http://irp-cdn.multiscreensite.com/1c74f035/files/uploaded/introduction-to-e-commerce.pdf)
- Laudon, K.,Guercio, C.(2014). *E-Commerce*. Pearson Educación. [Clásico]
- Pulido, A. (2017). *eCommers 360°*. Alfaomega.
- Quintero, M., Sales, J. y Velázquez, E. (2016). *Innovación y tecnología. Retos para su aplicación práctica en las empresas*. Editorial Miguel Ángel Porrúa.  
[https://www.elsotano.com/libro/innovacion-y-tecnologia-retos-para-su-aplicacion-practica-en-las-empresas\\_10484835](https://www.elsotano.com/libro/innovacion-y-tecnologia-retos-para-su-aplicacion-practica-en-las-empresas_10484835)).
- Stokes, R. (2017) *E-marketing The Essential Guide to Marketing in a digital world*.  
[redandyellow.co.za/content/uploads/woocommerce\\_uploads/2017/10/emarketing\\_textbook\\_download.pdf](http://redandyellow.co.za/content/uploads/woocommerce_uploads/2017/10/emarketing_textbook_download.pdf)

### Complementarias

- Laudon, K, Laudon, J. (2016). *Sistemas de información gerencial*. Pearson educación.
- Cruz, A. (2009). *Marketing electrónico para PYMES*. [clásica]. Editorial RA-MA.

### Sitios Web recomendados

- Perdigón, R., Viltres, H., Madrigal, I. (2018). *Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas*. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas* Vol. 12, No. 3., 192-208. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rcci/v12n3/rcci14318.pdf>
- WIX (2020). *El lugar perfecto para crear tu página Web Profesional*. Recuperado de: <https://es.wix.com/>
- Asociación de internet MX (2018). *Datos y estudios de comercio electrónico en México*. Recuperado de: <https://www.asociaciondeinternet.mx/estudios/comercio-electronico>
- Godaddy.com(2020). Construir tu página Web es muy fácil. Recuperado de: <https://mx.godaddy.com/>
- TECNOLOGÍA (2019). *El SEO en tu e-commerce*. Recuperado de: <https://www.visa.com.mx/dirija-su-negocio/pymes/notas-y-recursos/tecnologia/seo-ecommerce.html>
- Svatošová V. (2015) *The Use of Marketing Management Tools in E-commerce*. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, Recuperado de: [researchgate.net/publication/273894992\\_The\\_Use\\_of\\_Marketing\\_Management\\_Tools\\_in\\_E-commerce](http://researchgate.net/publication/273894992_The_Use_of_Marketing_Management_Tools_in_E-commerce)

## X. PERFIL DEL DOCENTE

Se incluye las características deseables del docente quien puede impartir la unidad de aprendizaje.

- Grado académico de Licenciado en informática o afines.
- Experiencia laboral y docente mínima de 2 años en el área.
- Cualidades: creativo, responsable, asertivo, inclusivo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE BAJA CALIFORNIA  
**REGISTRADO**  
18 DIC 2020  
**REGISTRADO**  
DEPARTAMENTO DE APOYO A LA  
DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN  
CAMPUS TIJUANA

