



Universidad Autónoma del Estado de México

Licenciatura en Administración



PROGRAMA DE ESTUDIOS

GESTIÓN DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS

Elaboró:	Dra. en Gob. Y A. P. Norma Macedo Flores	Facultad de Contaduría y Administración
	Dra. en D.I.I. Ivette Michelle Valdespín Valdés	Facultad de Contaduría y Administración
Fecha de aprobación:	H. Consejo Académico 28 de octubre de 2021	H. Consejo de Gobierno 28 de octubre de 2021
	Facultad de Contaduría y Administración	





Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	3
II. Presentación del programa de estudios	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	5
IV. Objetivos de la formación profesional	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	8
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización	9
VII. Acervo bibliográfico	10





I. Datos de identificación

Espacio académico donde se imparte	Facultad de Contaduría y Administración Centro Universitario UAEM Amecameca Centro Universitario UAEM Atlacomulco Centro Universitario UAEM Ecatepec Centro Universitario UAEM Texcoco Centro Universitario UAEM Valle de México Centro Universitario UAEM Zumpango Unidad Académica Profesional Tejupilco Unidad Académica Profesional Tlalnepantla
------------------------------------	---

Estudios profesionales	Licenciatura en Administración, 2018
------------------------	---

Unidad de aprendizaje	Gestión de negocios electrónicos	Clave	LAMM39
-----------------------	---	-------	---------------

Carga académica	1	3	4	5
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter	Optativa	Tipo	Taller	Periodo escolar	Octavo
----------	-----------------	------	---------------	-----------------	---------------

Área curricular	Mercadotecnia y operaciones	Núcleo de formación	Integral
-----------------	------------------------------------	---------------------	-----------------

Seriación	Ninguna	Ninguna
	UA Antecedente	UA Consecuente

Formación común

No presenta	X
-------------	----------





II. Presentación del programa de estudios

La Unidad de Aprendizaje Gestión de negocios electrónicos se enfoca en proporcionar a los estudiantes, información sobre tecnologías digitales y la forma en que éstas sirven como herramientas de apoyo en la construcción de negocios centrados en medios electrónicos. De esta manera, se impulsará el interés o expectativas de los futuros egresados de la Licenciatura en Administración para crear iniciativas empresariales a través del entorno digital, valorándolo como una alternativa viable y accesible para el contexto y las necesidades actuales.

El comercio electrónico se ha convertido en los últimos tiempos, en una ventana de oportunidades para aquellos emprendedores interesados en romper paradigmas, de ahí la importancia de brindar a los estudiantes de administración, una guía sobre las diversas alternativas que tienen para planear un emprendimiento bajo esta modalidad, para innovar la oferta de productos y servicios, así como para identificar las estrategias con mayor potencial que les permitan lograr el éxito empresarial por medio del *e-commerce*.

En este sentido, la Unidad de Aprendizaje se estructura en cuatro unidades de estudio; la primera, parte de un contexto introductorio que permite conocer los antecedentes e información general sobre los negocios electrónicos; la segunda unidad nos permite mostrar los elementos que conforman un negocio de esta naturaleza; la tercera, ahonda en los mecanismos que posibilitan su implementación; y la cuarta, conduce a la toma de decisiones estratégicas a través de la transformación digital.

La Unidad de aprendizaje Gestión de negocios electrónicos contribuye al perfil de egreso, impulsando las competencias requeridas para el desempeño de las funciones y tareas, siendo una de ellas el desarrollo de proyectos emprendedores con potencial para convertirse en empresas; por otro lado, el egresado de esta unidad de aprendizaje podrá satisfacer o resolver necesidades y problemas administrativos, fortaleciendo el emprendimiento y la creación de empresas, impulsando la gestión del conocimiento para innovar, así como promoviendo el desarrollo de empresas con ética, emprendimiento y responsabilidad social.

Si bien esta Unidad de aprendizaje se ubica en el mapa curricular como optativa, su relevancia es fundamental ante un contexto mundial en el cual los negocios electrónicos han superado las expectativas por la misma actividad comercial internacional, así como por la dinámica de intercambio de bienes y servicios digitales que se ha hecho obligada ante la contingencia sanitaria de los últimos años, la cual ha transformado la mecánica de vida de millones de personas a lo largo y ancho del planeta.





Proyecto curricular de la Licenciatura en Administración
Reestructuración, 2018
 Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

MAPA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN, 2018

	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
O B L I G A T O R I A S	Administración I 3 1 4 7	Administración II 4 2 6 7	Teoría y diseño organizacional 4 2 6 7	Administración de recursos humanos 4 2 6 7	Administración de las pymes y empresa familiar 3 1 4 7	Empresa social 3 1 4 7	Administración estratégica 3 1 4 7	Administración internacional 3 1 4 7	P r á c t i c a P r o f e s i o n a l * 30
	Contabilidad 3 1 4 7	Contabilidad de costos y presupuestos 3 1 4 7	Comportamiento humano en la organización 3 1 4 7	Habilidades de pensamiento crítico 2 2 4 6	Contribuciones de las personas físicas y morales 3 1 4 7	Seguridad y salud en el trabajo 3 1 4 7	Finanzas corporativas 3 1 4 7	Sistemas de información en la organización 3 1 4 7	
	Matemáticas 3 1 4 7	Matemáticas financieras 3 1 4 7	Estadística 3 1 4 7	Producción y operaciones 3 1 4 7	Logística 3 1 4 7	Calidad y certificación 2 2 4 6	Modelos de negocios 1 3 4 5	Ecosistema emprendedor 2 2 4 6	
	Entorno legal de las organizaciones 4 0 4 8	Entorno socioeconómico de México 3 1 4 7	Derecho laboral 4 0 4 8	Modelos de optimización 3 1 4 7	Ecología organizacional y sustentabilidad 3 1 4 7	Auditoría administrativa 2 2 4 6	Comercio internacional 3 1 4 7		
	Macroeconomía 3 1 4 7	Microeconomía 3 1 4 7	Análisis y planeación financiera 3 1 4 7	Mercados financieros 2 2 4 6	Gestión de la mercadotecnia 2 2 4 6	Proyectos de inversión 3 1 4 7	Integrativa profesional* -- ** 8	Ética profesional 2 2 4 6	
	Derecho mercantil 4 0 4 8								
	Inglés 5 2 2 4 6	Inglés 6 2 2 4 6	Inglés 7 2 2 4 6	Inglés 8 2 2 4 6					
O P T A T I V A S						Optativa 1 1 3 4 5	Optativa 2 1 3 4 5	Optativa 4 1 3 4 5	
							Optativa 3 1 3 4 5	Optativa 5 1 3 4 5	
	HT 20 HP 4 TH 24 CR 44	HT 18 HP 8 TH 26 CR 44	HT 19 HP 7 TH 26 CR 45	HT 16 HP 10 TH 26 CR 42	HT 16 HP 8 TH 24 CR 40	HT 14 HP 10 TH 24 CR 38	HT 12 HP 12** TH 24** CR 44	HT 12 HP 12 TH 24 CR 36	HT -- HP ** TH ** CR 30



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios
Aprobado por los HH. Consejos
Académico y de Gobierno



Proyecto curricular de la Licenciatura en Administración
Reestructuración, 2018
 Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS

O P T A T I V A S	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8	PERIODO 9
						Investigación documental en Administración	Investigación de campo en Administración	Multiculturality in organizations I	
						Investigación de mercados	Ventas	Nuevas formas de organización en el trabajo	
						Valuación de empresas	Finanzas personales	Comunicación organizacional	
						Aprendizaje organizacional	Habilidades directivas	Gestión de negocios electrónicos	
						Tecnologías de la Información y Comunicación en las organizaciones	Mercado de derivados	Cooperativismo	
							Administración de beneficios y compensaciones	Negociaciones colectivas	

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 10 líneas de seriación.
 Créditos mínimos 20 y máximos 45 por periodo escolar.
 * Actividad Académica
 ** Horas de las actividades académicas
 † UA que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

■	Núcleo básico
■	Núcleo sustantivo
■	Núcleo integral obligatorio.
■	Núcleo integral optativo

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 15 UA	44 18 62 106
---	-----------------------

Total del núcleo básico:
acreditar 15 UA para cubrir 106 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 21 UA	61 27 88 149
---	-----------------------

Total del núcleo sustantivo
acreditar 21 UA para cubrir 149 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 7 UA + 2*	17+** 11+** 28+** 83
---	-------------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 5 UA	5 15 20 25
---	---------------------

Total del núcleo integral
acreditar 12 UA + 2* para cubrir 108 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	43 + 2 Actividad Académica
UA optativas	5
UA a acreditar	48 + 2 Actividad Académica
Créditos	363





IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo

Son objetivos de la licenciatura formar profesionales en Administración con alto sentido de responsabilidad, de ética y de servicio para coordinar recursos tangibles e intangibles, así como los esfuerzos del factor humano dentro de las organizaciones, para incrementar su desempeño y capacidad de enfrentar cambios en un entorno globalizado, para:

Generales

- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.
- Evaluar el progreso, integración e incertidumbre de las ciencias, ante la creciente complejidad de las profesiones.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Cuidar su salud y desarrollar armoniosamente su cuerpo; ejercer responsablemente y de manera creativa el tiempo libre.

Particulares

- Incorporar estrategias administrativas de trabajo, como Fortalezas Oportunidades-Debilidades Amenazas, Desarrollo Organizacional, rediseño estructural y de procesos, desvinculación programada para el personal, empoderamiento, subcontratación, manufactura delgada, entre otras, para llevar a cabo el diseño de un plan de acción dentro de una organización y así lograr sus objetivos y metas.
- Aplicar los principios de la administración (división del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de comando, unidad de dirección, subordinación, remuneración, centralización, cadena escalonada, orden, acción, estabilidad, iniciativa) y metodologías administrativas (cuantitativas, cualitativas, comparativas, descriptivas y normativas, entre otras), para el análisis de datos e información de recursos tangibles e intangibles en las organizaciones.
- Intervenir en las organizaciones a través de la transformación del conjunto de recursos humanos, técnicos, monetarios, de tiempo y espacio en un proceso útil, eficiente y rentable para enfrentar retos y cambios de un entorno global.





Objetivos del núcleo de formación:

Núcleo integral. Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.

Objetivos del área curricular de curricular o disciplinaria:

Mercadotecnia y operaciones. Aplicar los conocimientos, técnicas y herramientas de capital, trabajo, financiamientos relacionados a los procesos productivos, de operaciones y del mercado, necesarios para llevar a cabo la gestión de las actividades mercadológicas y productivas en las organizaciones.

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje

Examinar las posibilidades de las tecnologías digitales en los negocios a través del análisis de conceptos y de casos de estudio, de tal forma que se puedan identificar dificultades y oportunidades en el entorno digital, así como proponer el uso de dichas tecnologías para la transformación digital de los negocios y tomar decisiones estratégicas.





VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización

Unidad 1. Introducción a los negocios electrónicos.

Objetivo: Analizar los antecedentes y el contexto en el que surgieron los negocios electrónicos para el entendimiento de su permanencia y crecimiento en el mercado.

Temas:

- 1.1 Antecedentes del comercio electrónico.
- 1.2 Tipos de comercio electrónico.
- 1.3 E-business, ventajas y desventajas.
- 1.4 Requisitos legales y seguridad en internet.

Unidad 2. Elementos de un negocio electrónico.

Objetivo: Distinguir cada uno de los elementos necesarios para la integración de un negocio digital, analizando las características que definen a cada uno de ellos.

Temas:

- 2.1 Plan de negocios.
- 2.2 Aduanas y certificaciones.
- 2.3 Plan de marketing.
- 2.4 Presencia online.
- 2.5 Evaluación y mejora continua.

Unidad 3. Implementación de los negocios electrónicos.

Objetivo: Diferenciar cada uno de los componentes técnicos que se requieren para la implementación de los negocios electrónicos.

Temas:

- 3.1 Portales y páginas web.
- 3.2 CRM.
- 3.3 *Email marketing*.
- 3.4 Sistemas de Gestión online.
- 3.5 Hosting y dominios.
- 3.6 Analítica web.





Unidad 4. Transformación digital, decisiones estratégicas.

Objetivo: Analizar las posibilidades de transformación de negocios tradicionales a digitales, así como estrategias que pueden dar origen a nuevos negocios digitales.

Temas:

- 4.1 Modelo de negocio.
- 4.2 Soluciones informáticas por sector.
- 4.3 Redes sociales.
- 4.4 Incorporación de radio y TV.

VII. Acervo bibliográfico.

Básico:

- Eyal, Nir. (2014). Enganchado. Cómo construir productos y servicios exitosos que formen hábitos. Editorial Sunshine Business Dev.
- García Moreno, Marta Beatriz, & Nájera Sánchez, Juan José, & García Moreno, Susana María, & de Pablos Heredero, Carmen (2016). Evolución del negocio electrónico: Un análisis bibliométrico de su adopción. Interciencia, 41 (3), 148-153. [Fecha de Consulta 9 de Septiembre de 2021]. ISSN: 0378-1844. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33944256002>
- Krug, Steve. (2015). No me hagas pensar. Tercera edición. Editorial Anaya Multimedia.
- Ries, Eric. (2012). El método Lean Startup. Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Editorial Deusto.
- Robayo Botiva, Diana María. (2020). El comercio electrónico: Concepto, características e importancia en las organizaciones. Universidad Cooperativa de Colombia. [Fecha de consulta 7 de septiembre 2021]. Disponible en: <https://infolibros.org/pdfview/5783-el-comercio-electronico-concepto-caracteristicas-e-importancia-en-las-organizaciones-articulo-diana-maria-robayo-botiva/>
- Stone Brad. (2015). La tienda de los sueños. Jeff Bezos y la era de Amazon. Primera Edición. Editorial Anaya Multimedia.





Complementario:

- Amoruso, Sophia. (2016). Girlboss. Primera Edición. Editorial Portfolio.
- Asociación Española de Comercio Electrónico y Marketing Relacional. (s/f). Libro blanco del comercio electrónico; Guía práctica de Comercio Electrónico para PyMes. Gobierno de España.
- Burin, David. (2017). Comercio electrónico y Redes sociales; Manual de facilitadores de proceso de innovación comercial. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Argentina. [Fecha de consulta 7 de septiembre 2021]. Disponible en: <https://infolibros.org/pdfview/5784-comercio-electronico-y-redes-sociales-david-burin/>
- Palomar Delgado, David. (2019). Introducción al comercio y negocio electrónico. Ediciones Universidad de Salamanca. Colecciones Aquilafuente 219. [Fecha de consulta 7 de septiembre 2021]. Disponible en: <https://infolibros.org/pdfview/5787-introduccion-al-comercio-y-negocio-electronico-david-palomar-delgado/>
- Rodríguez, Gladys S. (2005). Comercio electrónico. Una revisión desde la Unión internacional de Telecomunicaciones. Revista de Derecho, (23), 1-28. [Fecha de Consulta 9 de Septiembre de 2021]. ISSN: 0121-8697. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85102301>
- Silva Murillo, Roxana. (2009). Beneficios del comercio electrónico. Revista Perspectivas número 24, julio-diciembre. Pp 151-164. Universidad Católica, Boliviana San Pablo, Bolivia. [Fecha de consulta 7 de septiembre 2021]. Disponible en: <https://infolibros.org/pdfview/5792-beneficios-del-comercio-electronico-silva-murillo-roxana/>

