

COMERCIO ELECTRÓNICO	
CARRERA	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PRE REQUISITOS	Gestión de Marketing Software de Aplicación
SEMESTRE	Cuarto
HORAS TOTALES	72
HORAS SEMANALES	04
OBJETIVO GENERAL	Reconocer el impacto de la Internet en el ámbito de las operaciones comerciales de la empresa y aplicar técnicas básicas de operación de sistemas de comercio electrónico

UNIDAD N°	TITULO UNIDAD	HORAS
1	NEGOCIOS DIGITALES	20
2	MARKETING DIGITAL Y TIENDAS VIRTUALES	22
3	TALLER DE COMERCIO ELECTRONICO	30

UNIDAD N°	1
TITULO UNIDAD	Negocios Digitales
HORAS TOTALES UNIDAD	20
OBJETIVO GENERAL	Reconocer el impacto de la digitalización para la transferencia de datos y las posibilidades de negocios que ella encierra.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Identificar conceptos de nueva economía digital.</p> <p>Reconocer diferentes modelos de negocios digitales.</p> <p>Analizar la situación de Chile en el ámbito de la nueva economía digital</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La Digitalización <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Economía Digital 1.2 e-Transformación 1.3 La nueva economía 2. Modelos de e-negocios <ol style="list-style-type: none"> 2.1 B2B 2.2 B2C 2.3 Otros modelos 3. e-Marketing One to One <ol style="list-style-type: none"> 3.1 e-Marketing MIX 3.2 Segmentación y e-business 3.3 Marca y posicionamiento en el mercado digital 3.4 e-Imagen país 3.5 e-Management intercultural 3.6 e-Consumidor 3.7 e-Marketing plan 4. Chile y la economía digital <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Tipo de operaciones electrónicas que se realizan en Chile. 4.2 Estadísticas del comercio electrónico en Chile. 4.3 Proyecciones

UNIDAD N°	2
TITULO UNIDAD	MARKETING DIGITAL Y TIENDAS VIRTUALES
HORAS TOTALES UNIDAD	22
OBJETIVO GENERAL	Comprender los alcances y ventajas competitivas que proporciona a una empresa la creación y mantención de una tienda virtual
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS



Distinguir los conceptos de la nueva promoción digital

Entender las políticas de producto y de precio en el mercado digital-global.

Entender la importancia del papel de la e-logística, su óptima utilización y su impacto sobre el e-business.

Analizar la estructura que una e-tienda debería tener en la red e identificar las principales estadísticas de deben ser analizadas en un site.

1. La Promoción digital

- 1.1 e-Promoción
- 1.2 Banners
- 1.3 Promoción por eMail
- 1.4 Interactividad y tráfico en el site
- 1.5 Programas de afiliación

2. E-producto

- 2.1 El producto en el e-business
- 2.2 De átomos a bits
- 2.3 Políticas de producto
- 2.4 Pervasive computing

3. Políticas de e-precio

- 3.1 Fijación del precio en el mercado digital-global
- 3.2 Consideraciones digitales referentes al precio.

4. E-Logística

- 4.1 Selección de un operador logístico
- 4.2 La e-logística
- 4.3 Análisis de casos

5. E-Tienda

- 5.1 Estructuración de una e-tienda
- 5.2 Ejemplos
- 5.3 e-Posicionamiento en buscadores
- 5.4 Técnicas para registrar
- 5.5 Clasificación de los servicios
- 5.6 Registradores automáticos
- 5.7 Medición de audiencias
- 5.8 Análisis de la información básica del site: visitas, usuarios, etc.
- 5.9 Auditoría del site: empresas especializadas

UNIDAD N°	3
TITULO UNIDAD	TALLER DE COMERCIO ELECTRONICO
HORAS TOTALES UNIDAD	30
OBJETIVO GENERAL	Identificar los aspectos básicos de un sistema de comercio electrónico y realizar operaciones sencillas de compra y transferencia de datos.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Relacionar la Internet con los distintos modelos de negocios electrónicos.</p> <p>Operar con sistemas de comercio electrónico.</p>	<p>1. Funciones y sistemas de comercio electrónico</p> <p>1.1 Principios y funcionamiento del e-commerce</p> <p>1.2 Necesidades materiales y de planificación</p> <p>1.3 Flujo de bienes e información</p> <p>1.4 Supply Chain Management y e-commerce</p> <p>1.5 Compra electrónica</p> <p>1.6 E- sourcing</p> <p>2. Taller de e-commerce</p> <p>2.1 Operación con sistemas de e-commerce</p> <p>2.2 Centros virtuales de negocios</p> <p>2.3 Banca Electrónica</p>

SUGERENCIAS METODOLOGICAS

Para el adecuado desarrollo de los contenidos y objetivos de esta asignatura es necesario que los estudiantes realicen actividades que permitan armonizar los contenidos teóricos con situaciones reales del mundo laboral. Para estos efectos se sugiere:

- Exposición de temas por parte de los docentes, utilizando apoyo audiovisual.
- Análisis de casos aplicados al área del comercio y los negocios digitales
- Lectura y discusión grupal de artículos de actualidad
- Trabajo en laboratorio de computación para utilización de sistemas de e-commerce.
- Trabajos prácticos de aplicación por grupos

SUGERENCIAS DE EVALUACION

Durante el semestre se aplicarán, a lo menos, tres evaluaciones parciales para medir el logro de los objetivos de cada unidad temática. Al término de cada semestre se aplicará una prueba con carácter global para medir el grado de logro del objetivo de la asignatura.

Las evaluaciones parciales se ponderarán en un 60% de la nota final; la prueba global tendrá una ponderación del 40%.

El rendimiento mínimo en cada evaluación no podrá ser inferior al 60%

Para la adecuada medición del logro de los objetivos, se sugiere aplicar instrumentos tales como:

- Pruebas escritas de aplicación y análisis de conceptos.
- Evaluaciones prácticas en laboratorio

BIBLIOGRAFIA

OBLIGATORIA

AUTOR	Aspatore, Jonathan
TITULO	Al día en Comercio Electrónico
EDITORIAL	Mc Graw Hill
AÑO	2000

AUTOR	Kalakota, Ravi
TITULO	e-bussines. Camino al éxito
EDITORIAL	Pearson Educación
AÑO	2000

COMPLEMENTARIA

AUTOR	Sterne, Jim
TITULO	La publicidad en Web: atraiga a sus clientes
EDITORIAL	Prentice Hall
AÑO	1998