



A. IDENTIFICACIÓN

CARRERA:	INGENIERÍA DE SISTEMAS
ASIGNATURA:	COMERCIO ELECTRÓNICO
SIGLA:	SIS 3662
DURACIÓN:	Un semestre académico (20 semanas)
HORAS SEMANALES:	Teóricas: 4, Prácticas: 2, TOTAL: 6
PLAN DE ESTUDIOS:	2011

B. CONTRIBUCIÓN AL PERFIL

Objetivos:

Comprender los aspectos fundamentales de la construcción de modelos de negocio en comercio electrónico, e-business, negocios colaborativos, o ecosistemas digitales de negocios.

Construir por sí mismos e implementar dicho modelo a través la elaboración de un mapa estratégico que represente y explique la lógica del funcionamiento comercial del proyecto de e-business de la empresa online que lo implementa.

Entender y compartir la lógica de un sistema comercial electrónico.

Adquirir conocimientos para la creación de Modelos de Negocio de Comercio Electrónico. .

Unidades de competencia:

- Conocimiento de aspectos contemporáneos.
- Conocimiento de la responsabilidad profesional y ética y habilidad para comunicarse efectivamente.
- Generar estrategias para la toma de decisiones.
- Desarrollar aplicaciones basadas en herramientas computacionales para solucionar problemas de ingeniería.

C. CONTENIDO PROGRAMÁTICO

Contenido mínimo:

Los Tipos de Relaciones en el Comercio Electrónico.-Tipología de los Modelos de Negocio en el CE (Parte I).- Tipología de los Modelos de Negocio en el CE (Parte II).- Introducción a la Modelización de Negocio en e-Business.- Modelización I. Construcción de un Modelo de Negocio en CE.- Modelización II. Introducción al Caso Práctico.- Modelización III. Construcción del Modelo de Negocio de una empresa Online. Caso Práctico.- Pasarelas de Pago.

Contenido analítico:

Tema 1: Los Tipos de Relaciones en el Comercio Electrónico (CE).



- 1.1 Relaciones Business to Consumer (B2C).
- 1.2 Relaciones Business to Business (B2B) o comercio entre empresas o cliente-proveedor:
- 1.3 Empresa B2B Horizontal.
- 1.4 Empresa B2B Vertical.
- 1.5 Comercio entre empresas y la Administración Pública en Internet (B2A) y Relación entre contribuyentes y la Administración Pública en Internet (C2A).
- 1.6 Comercio entre consumidores (C2C).
- 1.7 Relaciones o comercio entre la empresa y el empleado (comunicación entre empresa y trabajador; Business to Employee (B2E)).

Tema 2: Tipología de los Modelos de Negocio en el CE (Parte I).

- 2.1 Ingredientes clave de un Modelo de Negocio.
- 2.2 Teoría de Michael Rappa sobre Modelos de Negocio en e-commerce.
- 2.3 Modelo de Intermediación.
- 2.4 Mercados Virtuales de Intercambio.
- 2.5 Compra/venta - Fulfillment.
- 2.6 Subasta invertida.
- 2.7 Subasta electrónica (e-Auction).
- 2.8 Distribuidor.
- 2.9 Agentes o robots comparadores de precios.
- 2.10 Centro Comercial Electrónico (E-mall).

Tema 3: Tipología de los Modelos de Negocio en el CE (Parte II).

- 3.1 Modelo de Publicidad.
- 3.2 Modelo de Infomediación.
- 3.3 Modelo del Comerciante.
- 3.4 Modelo del Productor.
- 3.5 Modelo de Afiliación.
- 3.6 Modelo de Comunidad Virtual.
- 3.7 Modelo de Suscripción.
- 3.8 Modelo de Utilidad

Tema 4: Introducción a la modelización de Negocio en e-Business.

- 4.1 Teoría de Paul Timmers
- 4.2 El Modelo de Negocio en la Estructura de la Empresa.
- 4.3 Representación del modelo de negocio en la estructura de la empresa.
- 4.4 La estrategia y el modelo de negocio.
 - 4.4.1 Perspectiva financiera.
 - 4.4.2 Perspectiva del cliente.
 - 4.4.3 Perspectiva interna.
 - 4.4.4 Perspectiva del aprendizaje y el crecimiento.
- 4.5 Organización del negocio y el modelo de negocio.
- 4.6 Las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el modelo de negocio.
- 4.7 Modelo de organización del dpto. TIC (DTIC).



4.8 Uso profesional del estudio de un modelo de negocio electrónico.

Tema 5. Modelización I. Construcción de un modelo de negocio en CE.

- 5.1 Definición de modelo de negocio.
- 5.2 Descripción de los Principales Componentes del Modelo.
- 5.3 Análisis de las componentes de un modelo de negocio.
- 5.4 Innovación del producto.
- 5.5 Relaciones con clientes.
- 5.6 Gestión de la Infraestructura y operaciones.
- 5.7 Aspectos financieros.

Tema 6: Modelización II. Introducción al caso práctico.

- 6.1 Análisis Técnico del Modelo de Negocio de una empresa de éxito.
- 6.2 Explicación del Esquema de Modelización a través de la construcción de un Caso Concreto.

Tema 7. Modelización III. Construcción del modelo de negocio de una empresa online. Caso práctico.

- 7.1 Especificaciones y caracterización del modelo de negocio a construir en internet.
- 7.2 Desarrollo del modelo de negocio a través de internet.
- 7.3 Establecimiento de estrategias de presencia en internet y captar clientes a través del marketing online.

Tema 8. PASARELAS DE PAGO.

1. Sistemas de pago electrónico.
2. Definición de pasarelas de pago en internet
3. Características y requerimientos de transacción.
4. Tipos de pasarela de pago
5. Características
6. Ventajas y desventajas
7. Implementación y servicio de una pasarela de pago

D. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Rayport. **E-Commerce**. Editorial MacGraw-Hill.
- [2] Fernández, E. **Comercio Electrónico**. Editorial McGraw-Hill.
- [3] González, Ó. **Comercio Electrónico**. Editorial Anaya.
- [4] Mayordomo, J.L. **Estrategia de éxito en Internet**. Edit. Gestión 2000.
- [5] Combi, C. **Introducción to e-business: management and strategy**. Editorial Prentice-Hall.