

# Guía para el Profesor

Identificación de negocios digitales



# ÍNDICE

I.	<b>Certificados .....</b>	<b>3</b>
II.	<b>Certificado en gestión avanzada de tecnologías de información .....</b>	<b>4</b>
III.	<b>Metodología del curso .....</b>	<b>5</b>
IV.	<b>Temario.....</b>	<b>7</b>
V.	<b>Recursos especiales .....</b>	<b>7</b>
VI.	<b>Evaluación .....</b>	<b>8</b>
VII.	<b>Notas de enseñanza por tema.....</b>	<b>9</b>
VIII.	<b>Evidencia .....</b>	<b>25</b>

# Certificados

Para entender la importancia del curso del cual usted será **Facilitador**, es necesario ofrecer un contexto mayor sobre el programa de **Certificados** de la Universidad Tecmilenio, pues son parte medular del nuevo modelo educativo basado en el **aprender haciendo** y en **brindar una experiencia educativa a la medida de los alumnos**.

Un certificado es un **programa académico corto compuesto de varias materias**, embebido en la segunda mitad del plan de estudios de profesional, que busca desarrollar **competencias muy específicas** en el alumno y lo prepara para desempeñarse de la mejor manera en un empleo.

## SABER + HACER + BIEN

Con este enfoque, buscamos en los egresados de profesional que además de **saber** (tener un conocimiento teórico), también sean **capaces de hacer** (tener la habilidad de realizar una tarea) y de **saber-hacer** (entender lo que se hace y tener la capacidad para hacerlo de la mejor forma), como se explica en este video (<https://www.youtube.com/watch?v=g1maCpZXX8s>):

Haz clic en la imagen



En Universidad Tecmilenio, **aprender haciendo** significa que el participante cursará **Certificados en los que desarrolla competencias disciplinares de especialidad que son valoradas por el mercado laboral**, convirtiéndose en un profesional altamente competente y elevando así su índice de empleabilidad.



La mayoría de nuestros Certificados se compone en promedio de cuatro materias, las cuales tienen un seguimiento lógico y terminan con un proyecto de gran calado y un alto nivel de complejidad (última materia). Una correcta realización del proyecto integrador demostrará el dominio de la competencia global declarada en cada certificado.

## ¿Certificado o certificación?

Es muy importante tener en claro que un certificado y una certificación son dos cosas distintas. Un **certificado** es un reconocimiento formal que **otorga internamente la Universidad Tecmilenio** a los estudiantes que demuestren haber aprobado las materias correspondientes, y adquirido la **competencia global** del certificado.

Por su parte, la **certificación** es también un reconocimiento, pero ésta se obtiene a través de la acreditación de un curso específico del programa académico de la Universidad y aprobando un examen de suficiencia aplicado por una **entidad acreditadora externa** (mapas mentales, idiomas, uso de software, etc.).

Su trabajo como docente facilitador de este curso es muy importante para nosotros. Gracias por aportar su conocimiento y experiencia en la impartición de este certificado. A continuación podrá revisar información detallada del curso que impartirá.

## Certificado en gestión avanzada de tecnologías de información

El certificado de gestión avanzada de tecnologías de información se compone de 3 cursos más una materia de proyecto integrador, de acuerdo a la siguiente distribución:



Como se puede apreciar, este curso de **Identificación de negocios digitales** es el primer curso del certificado de Gestión avanzada de tecnologías de información. Por lo mismo, es importante que como **Facilitador verifique** que sus estudiantes hayan aprobado los cursos anteriores, pues de no haberlo hecho se podrá ver afectado el aprovechamiento académico de este curso.

## Competencia del certificado

Al finalizar el **certificado de Gestión avanzada de tecnologías de información**, el participante deberá haber desarrollado y adquirido la siguiente competencia global, en toda su extensión:

Propone e implementa estratégicamente tecnologías de información de vanguardia identificadas para el rediseño o mejora de un negocio

## Competencia del curso

La competencia específica que el participante habrá de obtener al aprobar satisfactoriamente el **curso de Identificación de negocios digitales** es la siguiente, en toda su extensión:

Soluciona problemas mediante la identificación de oportunidades de negocio basadas en tecnología, creatividad y rentabilidad a través del análisis, comunicación y desarrollo de planes estratégicos para el rediseño o mejora de un negocio digital, o en su caso, la implementación del mismo en un negocio tradicional.

## Metodología del curso

---

En este curso de **Identificación de negocios digitales** se revisarán 15 temas.

En cada tema, el participante encontrará:

- Una breve explicación del tema que ayudará al estudiante a ampliar su conocimiento.
- Una serie de lecturas y videos obligatorios para una mejor comprensión de los temas.
- Una lista de lecturas y videos recomendados para complementar el estudio del tema.
- Una práctica no evaluable que servirá para repasar los conceptos abordados en el tema.
- Una tarea o actividad de aprendizaje (evaluable) cuyo propósito es aplicar y experimentar con los conceptos estudiados.

A lo largo del curso, el participante debe trabajar en lo siguiente:

- 2 avances de evidencia
- 1 evidencia final

## Evidencia

El proyecto final (evidencia) de este curso consiste en el análisis, documentación y presentación de los aspectos organizacionales, económicos y técnicos de una oportunidad de negocio basada en tecnología en uso en una empresa real que haya servido como agente de cambio para la organización. A través de ella el participante demostrará la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades que obtendrá a lo largo de los temas revisados en el curso. Es importante revisar la agenda del curso, pues la mayoría de las **evidencias requieren entregas de avances** que los alumnos tienen que realizar conforme avanza el periodo académico.

Los detalles de la evidencia pueden ser consultados en la última sección de este documento. Asimismo, tanto usted como los participantes podrán encontrar esta información dentro del curso, siguiendo alguna de estas 2 rutas:

Mi curso > Inicio > ¿Qué voy a aprender? > Evidencia, como se muestra enseguida:

The screenshot shows a course interface with a dark blue header containing the course ID 'AD13367 El líder desde adentro' and navigation links for 'Inicio', 'Temas', 'Entregables', and 'Evidencia'. A white pop-up window titled '¿Qué voy a aprender?' is open, listing course components: 'Bienvenida', 'Estructura del certificado', 'Competencia del curso', and 'Evidencia'. A red arrow points to the 'Evidencia' item. The 'Evidencia' section contains the following text: 'La Evidencia consiste en desarrollar los elementos necesarios para incrementar tu liderazgo personal. La evidencia tendrá 2 entregables: 1. En el primer entregable "Todo sobre mí" se espera que el participante haga una labor profunda de introspección personal e inicie la construcción de una revista sobre sus habilidades de liderazgo. 2. En el segundo entregable "Construyo mi futuro" se espera que el participante defina el rumbo a dónde quiere ir y genere un plan de crecimiento personal, habiendo realizado un FODA. Luego, determinará una estrategia de desarrollo de relaciones estratégicas alineadas alcanzar su propósito de vida. La evidencia se compone de un avance y una entrega final. Haz clic [aquí](#) para ver el avance 1. Haz clic [aquí](#) para ver la entrega final. Puedes consultar la rúbrica de la evidencia haciendo clic [aquí](#)'.

O bien: Mi curso > Inicio > Evidencia, como se muestra enseguida:

The screenshot shows a course page for 'Manejo farmacológico del síndrome metabólico'. The dark blue navigation bar includes 'Inicio', 'Temas', 'Entregables', and 'Evidencia', with a red arrow pointing to 'Evidencia'. Below the navigation bar is a message: 'Haz clic en las imágenes para ver la información.' The main content area features three cards: 1. 'Bienvenida' with an image of a doctor writing, text: '¡Bienvenido a tu curso Manejo farmacológico del síndrome metabólico! En él estudiarás los tratamientos utilizados en pacientes con diabetes, hipertensión, obesidad, dislipidemias e hígado graso. Seguir leyendo...', 2. '¿Qué voy a aprender?' with an image of pills, text: 'En este curso aprenderás sobre el síndrome metabólico. El síndrome metabólico es uno de los principales problemas que atenderás en tu práctica diaria, ya que el manejo de la obesidad y la diabetes forman parte de tus competencias como personal de la salud. Seguir leyendo...', 3. '¿Cómo voy a aprender?' with an image of test tubes, text: 'El curso está diseñado para que adquieras la capacidad de identificar pacientes con síndrome metabólico, por medio de la adecuada medición de parámetros corporales y clasificación de acuerdo a peso y talla. Seguir leyendo...'.

**NOTA:** Es de suma importancia que **enfatices en los participantes** guardar todos los trabajos y productos que generen durante el curso (actividades, tareas, evidencias). Esto les servirá para conformar un portafolio personal de proyectos, así como para la elaboración de su proyecto integrador (último curso del certificado). Para ello, se le solicita colocar un aviso en Blackboard (sección *Announcements*), tomando como referencia el siguiente texto:

Estimado participante, recuerda guardar siempre una copia digital de todos los trabajos, actividades y evidencias que realices en tus cursos. Contar con estos documentos te será de utilidad especialmente para dos fines:

1. Conformar un portafolio personal de proyectos, que te servirá como un medio importante para enriquecer tu proyección profesional.
2. Poder elaborar el proyecto integrador de tu certificado (última materia).

Por lo tanto, asegúrate de respaldar todos tus documentos localmente en un disco duro (computadora + USB flash drive), y de preferencia también almacenarlos en la nube (servicios como Dropbox y Google Drive).

## Temario

---

Los temas que se abordarán en este curso de certificado son los siguientes:

1. Introducción y principios conceptuales del comercio electrónico
2. Modelos de negocio del comercio electrónico
3. Infraestructura del comercio electrónico: Internet
4. Infraestructura del comercio electrónico: web y sus aplicaciones
5. Construyendo sitios de comercio electrónico
6. B2C - Ventas al menudeo
7. B2C - Servicios en línea
8. B2C - Contenidos y medios digitales
9. B2C - Redes sociales, subastas y portales
10. B2B - Cadenas de suministro y comercio colaborativo
11. Conceptos de marketing en línea
12. Comunicaciones de marketing en el comercio electrónico
13. Seguridad y pagos electrónicos
14. Aspectos éticos y sociales del comercio electrónico
15. Asuntos legales

## Recursos especiales

---

El libro de texto que deberán adquirir los participantes es el siguiente:

Laudon, K. C. y Traver, C. G. (2014). *E-commerce 2013: Negocios, tecnología, sociedad* (9ª ed.). México: Pearson.

### **GUÍA PARA EL PROFESOR**

Las explicaciones de cada tema en Blackboard no sustituyen de ninguna forma la necesidad de comprar el libro de texto que ha sido designado para este curso. Es importante hacer hincapié en esto frente a los participantes.

## Evaluación

La evaluación del curso se estructura de la siguiente manera:

Unidades	Instrumento Evaluador	Puntos
1	Entrega primer avance evidencia	20
1	Entrega segundo avance evidencia	20
1	Evidencia final	60
<b>Total</b>		<b>100 puntos</b>

Dichos productos se entregarán de acuerdo a la siguiente agenda, definida una vez que se hayan **validado fechas y valores con la información disponible en Servicios en Línea:**

Actividad	Temas correspondientes	Ponderación
Primer avance de evidencia		20
Segundo avance de evidencia		20
Evidencia final		60
<i>Total</i>		<b>100</b>

## IMPORTANTE:

Estimado profesor, no olvides capturar las calificaciones de tu grupo en las fechas indicadas

Puedes ver un manual para capturar calificaciones siguiendo esta ruta en Mi espacio:  
Mi espacio → Servicios → De Apoyo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Puedes ver un manual para capturar inasistencias siguiendo esta ruta en Mi espacio:  
Mi espacio → Servicios → De Apoyo → BANNER Tecmilenio Manuales Docentes

Si deseas probar la nueva versión BETA de MiEspacio haz clic aquí



### SERVICIOS DE APOYO

Buscar servicios 

Para agregar un servicio a tus favoritos, haz clic en el ícono 

[abrir todo](#)  [cerrar todo](#) 

 Tecmilenio  
Sitios Tecmilenio

 Mi información

- mi Desarrollo | ▾
- mis Prestaciones | ▾
- mi Compensación | ▾
- mis Beneficios | ▾
- mi Calidad de Vida | ▾
- mis Herramientas
- Mis servicios | ▾
- Mis datos | ▾
- Mi desarrollo | ▾

 Mis herramientas de trabajo

- Success Factors  
- Portal de procesos  
- Espacio Transformación  
- BANNER Tecmilenio INB  
- BANNER Tecmilenio XE Admin  
- BANNER Tecmilenio Overall XE Admin  
- BANNER Tecmilenio SSB  
- BANNER Tecmilenio Manuales Académicos  
- BANNER Tecmilenio Manuales Escolares  
- Tecmilenio Cartera  
-  BANNER Tecmilenio Manuales Docentes  
- Servicios en Línea Tecmilenio  
- Descarga de Lync  
- Servicios de Tesorería (GDC) | ▾
- Reflexiona | ▾
- Herramientas básicas | ▾

## Notas de enseñanza por tema

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados en el mismo, con el fin de detectar y, en su caso, poder actualizar y/o enriquecer previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Un aspecto de gran importancia en el desarrollo de los temas es el involucramiento del Facilitador para propiciar que la competencia del curso se cumpla, pero también ir preparando a los participantes para que vayan desarrollando propuestas de soluciones innovadoras a problemas actuales de tecnologías de información.

### GUÍA PARA EL PROFESOR

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO

Las notas de enseñanza aquí mostradas son referencia para la versión presencial y en línea, a menos que se indique lo contrario en cada tema. Puede revisarlas a continuación.

## Generalidades

Para la impartición de este curso, se sugiere:

1. Revisar con tiempo la lista de entregables y la agenda en Servicios en Línea para saber en qué temas y semanas se deben realizar las actividades.
2. Revisar el manual de Blackboard para conocer las mejores formas de mantener una comunicación constante y efectiva con los estudiantes, despejar dudas y motivarlos. Puede ver un tutorial de la plataforma en esta liga:  
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkOHVLaGo3WC1qUDA/view?usp=sharing>
3. Revisar periódicamente el foro de dudas en Blackboard para resolver las preguntas e inquietudes de los alumnos acerca de las actividades y la evidencia.
4. Motivar al alumno a participar y realizar sus actividades a tiempo.
5. Proveer retroalimentación constante de las actividades que realizan los participantes.
6. Realizar un calendario y subirlo a la plataforma para que los participantes puedan visualizar de manera esquemática los temas y actividades que deberán estar revisando cada semana.
7. Recordar a los participantes que es de suma importancia que guarden tanto las actividades como la evidencia del curso en su archivo personal, pues requerirán dichos documentos para elaborar su proyecto integrador (último curso del certificado).
8. Enriquecer el curso con videos o lecturas adicionales.

Si usted imparte el **curso en modalidad online**, se recomienda también lo siguiente:

9. Realizar al menos 2 sesiones sincrónicas durante el curso con los participantes para repasar los temas revisados y resolver las diferentes dudas que puedan surgir. El Facilitador seleccionará la herramienta o plataforma que mejor le convenga: Collaborate (dentro de Blackboard), WebEx, Skype, Google Hangouts, Join.me, Zoom, etc.  
Puedes ver una **guía para organizar las sesiones sincrónicas** haciendo clic en este enlace:  
<https://drive.google.com/file/d/0Bw75UcLH85hkdiA5bzNCNmIIWW8/view?usp=sharing>
10. Recordar con anuncios a los participantes acerca de las entregas de sus actividades por medio de la sección de Entrega de tareas o por correo electrónico.

## Tema 1

### Notas para la enseñanza del tema:

Una parte significativa del tema consiste en aclarar bien algunas definiciones básicas, ayudar a los participantes a comprender un fenómeno complejo que involucra muchos factores. El campo del comercio electrónico (*e-commerce*) está lleno de términos que algunas personas pueden encontrar confusos. Es importante dedicar el tiempo suficiente a aclarar dudas y terminología básica que será utilizada durante el curso.

Una de las ideas principales es que *e-commerce* es afectado por muchas fuerzas y al mismo tiempo afecta diversos aspectos de la sociedad, por lo tanto, en este tema y en el resto del curso, el enfoque será en entender los elementos que hay que tomar en cuenta al buscar nuevas oportunidades de negocio basadas en tecnología y en entender los impactos que estas nuevas oportunidades traen en las empresas, los mercados y la sociedad en general.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 2

### Notas para la enseñanza del tema:

Este capítulo trata de resumir la variedad de formas en que Internet y la Web se utilizan para construir nuevos negocios de las empresas. Empresas que generan ingresos y es de esperar un beneficio. El desafío en este capítulo es el de centrarse en algunas realidades simples, inmutables del mundo de los negocios que no tienen nada que ver con Internet y luego entender cómo el Internet puede ser utilizado dentro de este marco para desarrollar nuevos negocios. Lo que los expertos ahora dicen acerca de la Internet es: "El Internet cambió todo, excepto las reglas de negocio."

El capítulo habla de Modelos de Negocio B2C y B2B, los participantes deben ser capaces de describir cómo cada uno de estos modelos típicamente espera generar ingresos y obtener beneficios, así como identificar y distinguir los elementos clave que conforman un modelo de negocio.

### Para la actividad sugerida del tema:

Como facilitador quizá quiera proporcionar algunos parámetros para los participantes en la elección de una empresa (es decir, el sector [B2C, B2B, etc.]; industria [al por menor, servicios, etc.]) para limitar el tiempo de búsqueda del participante. Se les puede pedir proporcionar ya sea un informe escrito o un informe oral acompañado de una presentación de diapositivas.

### Referente a la actividad de aula invertida sugerida del tema (modalidad presencial):

Aula invertida para la modalidad de presencial: la tarea de preparación del aula invertida es para llevar a cabo fuera de clase.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

### Tema 3

#### **Notas para la enseñanza del tema:**

En este capítulo se ofrece una descripción del Internet en la actualidad, la World Wide Web (incluyendo 2.0 características y servicios de la web) así como el futuro de Internet 2 que surgirá en los próximos años.

El mensaje principal en este tema es que el Internet nunca ha sido una tecnología estática. En cambio, ha evolucionando a lo largo de un periodo de cincuenta años en un medio de comunicación sin precedentes que combina elementos de texto, la televisión y la radio.

El desafío en este capítulo es comprender los elementos técnicos que constituyen el Internet (sin llegar a ser demasiado técnicos) y comprender sus implicaciones comerciales, sin abrumar a los participantes con los detalles.

Al hablar de las limitantes de Internet es útil que los estudiantes den ejemplos de su propia experiencia. Por ejemplo, el crecimiento del servicio de streaming de películas de Netflix está empezando a causar escasez de ancho de banda, así como el crecimiento de los servicios de música como Pandora.

#### **Referente a la actividad de aula invertida sugerida del tema (modalidad presencial):**

- Aula invertida para la modalidad de presencial: La discusión plenaria del aula invertida es para llevarse a cabo durante la clase. El entregable final solicitado es para prepararse en equipo y fuera de clase.

#### **Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 4

### Notas para la enseñanza del tema:

La clave de este capítulo es comprender que el Internet nunca ha sido una tecnología estática. En cambio, ha evolucionado a lo largo de un período de cincuenta años en un medio de comunicación sin precedentes que combina elementos de texto, la televisión y la radio.

Este tema se centra en las aplicaciones de software necesarias para aprovechar la tecnología disponible.

El desafío en este capítulo es entender los elementos técnicos de Internet (sin llegar a ser demasiado técnico), y comprender sus implicaciones comerciales, sin sentirse abrumados por los detalles.

### Para la actividad sugerida del tema:

- Con respecto a la actividad del tema debe de considerar que los informes de los participantes deben incluir:
  - El nombre de las empresas que llamaron para solicitar información
  - Las estadísticas sobre la carga y velocidades de descarga
  - Precio
  - Disponibilidad.

Con conexiones de cable, el ancho de banda real recibido disminuye conforme más usuarios de una misma cuadra se conectan a Internet pues la conexión es compartida en un solo cable coaxial.

Con DSL cada casa tiene una conexión independiente, pero su desempeño se degrada entre más lejos se encuentre la casa de la central telefónica, por lo tanto:

Los participantes deben discutir por lo menos algunas de estas cuestiones en el resumen de las características, beneficios y desventajas de los tres proveedores que hayan seleccionado.

- Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

**Liga de tutorial:**

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para youtube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=bIWpFNYcym8>

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 5

**Notas para la enseñanza del tema:**

En este tema se presenta el proceso general de construcción de una presencia en el comercio electrónico y se discute una metodología para abordar el problema. El tema también considera los principales problemas en la construcción de una presencia en el comercio electrónico y se identifican algunas de las herramientas disponibles que pueden ayudar a los empresarios y gerentes de empresas.

Un buen lugar para comenzar la discusión es con el caso de apertura, “Tommy Hilfiger se Rediseña”, así de describen los factores que impulsan, incluso a veteranos expertos, a reconstruir sus sitios web periódicamente.

El punto clave del tema es que la construcción de una presencia de comercio electrónico es una tarea compleja, similar a la construcción de un nuevo sistema de información. Se requieren mayores recursos físicos y humanos, a muchas empresas les resulta rentable subcontratar (*outsourcing*) una parte o la totalidad del esfuerzo de diseño, construcción y operación a empresas especializadas. Por otra parte, la construcción de una página de comercio electrónico nunca ha sido más fácil o más barata de lo que es ahora. Una empresa pequeña puede recurrir a Yahoo Merchant Solutions, Amazon, eBay y muchas otras para el diseño y operación de soluciones de negocio para comercio electrónico. El costo de desarrollo de soluciones también ha disminuido.

#### **Para la actividad sugerida del tema:**

El propósito de este proyecto es lograr que los participantes comiencen a considerar el proceso de toma de decisiones.

Si optan por construir el sitio de manera interna podrían mencionar factores tales como: el personal disponible en la empresa que está capacitado para realizar dicha tarea (incluyendo artistas gráficos, diseñadores web, programadores y gestores de proyectos).

Pueden también postular que están dispuestos a comprar una herramienta de creación de sitios prediseñados que será escalable a medida que la empresa amplíe su base de clientes. También pueden argumentar que su empresa vende un producto muy especializado por lo que la necesidad de un sitio web personalizado es alta o que su personal, que ya está altamente capacitado, será capaz de construir un sitio que hace exactamente lo que necesita la empresa.

Además, ellos pueden creer que el personal que va a participar en la construcción del sitio web será capaz de cambiar el sitio con mayor rapidez para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.

Los participantes que optan por la subcontratación pueden mencionar los riesgos involucrados en la construcción de características tan complejas como los carros de compras, sistemas de autenticación de tarjeta de crédito y de procesamiento, sistemas de gestión de inventario y los sistemas de procesamiento de pedidos.

A su vez, pueden argumentar que el riesgo de terminar diseñando un sitio con mal funcionamiento es demasiado grande y que el personal se enfrentará a una curva de aprendizaje larga y difícil. Los costos de la construcción en la casa pueden incluir los sueldos de todos los profesionales adicionales que tendrán que ser contratados, el costo de una herramienta de creación de sitios envasados, o los costos de software adicional o la tecnología que tienen que ser adquiridos para construir el sistema de autenticación de la tarjeta de crédito.

Los costos de la subcontratación pueden incluir el costo de adquisición de un paquete de software más los costos para la contratación de un proveedor externo para ajustar dicho sistema.

#### **Actividad sugerida de rescate:**

En este tema se incluye la actividad de rescate, la cual es opcional a hacer. Sin embargo al realizarla de la manera requerida, el participante tendrá la oportunidad de obtener puntos adicionales sobre su calificación final.

El puntaje será establecido de acuerdo a su criterio.

#### **Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 6

### Notas para la enseñanza del tema:

Este tema se enfoca en aplicaciones de comercio electrónico. La comprensión se comenzará a enfocar en el entorno operativo realista para el comercio electrónico dividido en cinco sectores diferentes:

- (1) Comercio,
- (2) Servicios,
- (3) Contenido online,
- (4) Redes sociales, subastas y portales y
- (5) Comercio electrónico B2B, basado en un enfoque sector por sector para entender la complejidad del comercio electrónico.

El caso de apertura, “Los Destellos de Blue Nile para su Cleopatra” describe BlueNile, un sitio de ventas en línea que se especializa en diamantes nos invita a reflexionar sobre lo siguiente:

- ¿Quién compraría un diamante en la Web?
- ¿Cómo puedes confiar en la calidad?
- ¿Cómo podrías comprar un diamante sin verlo?

BlueNile tiene algunas respuestas, por ello se ha convertido en un negocio que continúa vigente siendo el comerciante más grande de diamantes en línea (con Amazon siguiéndolo muy de cerca). Uno de los puntos que se debe enfatizar en este tema es que, aunque la visión original del comercio electrónico no funcionó para la mayoría de los vendedores en línea, el mercado minorista en línea es el canal de mayor crecimiento en el comercio minorista. Hoy, seguidores reemplazan a los pioneros para explotar las extraordinarias innovaciones desarrolladas durante los primeros años del comercio electrónico. Esto significa que los minoristas establecidos con potentes marcas nacionales y el alcance internacional de las operaciones dominan cada vez más el panorama minorista en línea.

### Referente a la actividad sugerida del tema:

Tanto Amazon como Best Buy Co. Inc. son empresas públicas, por lo que sus informes financieros más recientes pueden obtenerse en SEC.gov. Esta investigación debe ser complementada por la búsqueda de publicaciones de la industria, tales como Internet Retailer y la prensa financiera popular,

así como el examen de todas las notas de prensa relevantes emitidos por las empresas. Best Buy es una firma de *clicks and bricks*, mientras que Amazon es estrictamente en línea. Ambas tienen operaciones muy grandes de logística y almacenamiento, pero Best Buy también tiene que apoyar a las tiendas físicas.

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Notas de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que la entrega de su avance correspondiente está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 7

**Notas para la enseñanza del tema:**

Entender las perspectivas para el comercio electrónico en el sector de los servicios requiere que los participantes entiendan las dinámicas que operan en diversas industrias de servicios. El reto aquí es identificar rápidamente las características únicas de cada sector de servicios y luego definir cómo dada la dinámica de la industria, es probable que funcione en el modelo de comercio electrónico.

**Referente a la práctica sugerida del tema:**

Progressive Corp (OH), Insure.com e Insweb.com son empresas públicas por lo que los participantes deben primero ir a SEC.gov y acceder a los archivos EDGAR para encontrar el formulario 10-K y el Formulario 10-Q más recientes de la empresa. Los estudiantes también deben visitar los sitios web de las compañías para encontrar información actual. Ellos deben consultar las páginas de Información sobre la Compañía, notas de prensa y usar Google para buscar artículos populares relacionados.

**Referente a la actividad sugerida del tema:**

Los participantes pueden encontrar, por ejemplo, las empresas de servicios jurídicos que proporcionan servicios de auto-ayuda legal, formas y consultoría. Uno de esos sitios es Nolo.com, el cual tiene como misión hacer que el sistema legal funcione para todos (no sólo para los abogados). Nolo trata de ayudar a la gente para que pueda manejar sus propios asuntos legales cotidianos o aprender lo suficiente sobre ellos para que pueda trabajar en conjunto con un abogado y tener una experiencia más satisfactoria. La propuesta de valor de Nolo es la comodidad y acceso las 24 horas a la ayuda legal.

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.

Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere que al finalizar este tema se realice la entrega del primer avance de la evidencia.

## Tema 8

**Notas para la enseñanza del tema:**

En este tema se discuten las diversas empresas que se basan en la entrega de contenido en línea. El capítulo comienza con una descripción general de las dimensiones globales de los medios de comunicación por Internet, el crecimiento y la estructura de las industrias de los medios en los Estados Unidos para posteriormente centrarse en los sectores de organizaciones editoriales y organizaciones de entretenimiento.

Una buena manera de interesar a los participantes en la discusión de los *e-books*, es solicitarles que analicen la manera de cómo un libro que está leyendo se podría mejorar mediante el uso de la Internet.

**Referente a la actividad sugerida del tema:**

Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

**Liga de tutorial:**

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para YouTube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=bIWpFNYcym8>

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.

- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 9

### Notas para la enseñanza del tema:

En este capítulo se introducen los temas de redes sociales, subastas y portales en línea. El hilo que relaciona estos tres temas es que cada uno a su manera, involucra a las comunidades en Internet. Considere tomar un poco de tiempo para ver con los participantes la Figura 11.1 del libro de texto (Laudon, K.C. y Traver, C.G; p.708, 2014) que ilustra el tamaño y el crecimiento de las principales redes sociales. Este es un buen momento para visitar una red social e ilustrar su funcionalidad en la clase. Si se trata de una clase de educación a distancia, puede pedir a los participantes visitar un sitio de red social (que podría ser el propio) y hacer una lista de diez características o funciones disponibles en el sitio. También puede solicitarles hablar del uso que ellos mismos les dan a las redes sociales y cómo las redes han cambiado sus vidas, si han tenido alguna experiencia con una subasta en línea, así como qué portales de comercio electrónico es el que utilizan más y por qué.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 10

### Notas para la enseñanza del tema:

Como se comentó al iniciar, este tema trata sobre el comercio electrónico B2B, gestión de la cadena de suministro y comercio colaborativo. Algunos participantes no estarán completamente familiarizados con estos conceptos, por lo tanto vale la pena dedicar algún tiempo en la introducción de estos temas antes de entrar en profundidad sobre los distintos tipos de relaciones de comercio B2B.

El desafío en este tema es comprenderlo y comunicar a los participantes las ideas básicas sin que se pierdan en los detalles.

El comercio electrónico B2B es mucho menos visible que el comercio electrónico B2C, pero está teniendo un profundo impacto en cómo las empresas operan.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 11

**Notas para la enseñanza del tema:**

En este tema se comienza a introducir al alumno en el comportamiento del consumidor en línea, mercadeo y comunicaciones. En particular, este tema se centra en el comportamiento del consumidor en línea y marketing por Internet.

Es importante considerar que algunos participantes no tienen experiencia en conceptos de marketing, mientras que otros puede que hayan tenido algunos cursos de marketing o incluso que estén trabajando en el área o afín en importantes empresas. Por ello, se sugiere sondear a sus participantes primero para identificar la cantidad de experiencia o conocimiento que tienen sobre comercialización y conceptos básicos de mercadotecnia, como lo es el comportamiento del consumidor.

**Referente a la práctica sugerida del tema:**

Los participantes pueden elegir entre una gran variedad de diferentes proveedores de contenido digital para llevar a cabo esta práctica. Por ejemplo, pueden seleccionar Clipart.com, un contenido de negocio gráfico de publicación que ofrece suscripciones en línea para las imágenes prediseñadas, gráficos Web, fotos y fuentes de letra. En este caso, el producto principal se compone de una colección descargable de clipart, fotografías, arte Web, fuentes y sonidos.

**Actividad sugerida de rescate:**

En este tema se incluye la actividad de rescate, la cual es opcional a hacer. Sin embargo al realizarla de la manera requerida, el participante tendrá la oportunidad de obtener puntos adicionales sobre su calificación final.

El puntaje será establecido de acuerdo a su criterio.

En esta actividad se propuso a los participantes ingresar al sitio de *The Internacional Academy of Digital Arts and Sciences* para realizar esta actividad. Como referencia, *The Internacional Academy of Digital Arts and Sciences* es una academia que ayuda a impulsar el progreso creativo, técnico y profesional de Internet y las formas cambiantes de los medios interactivos. A su vez, da reconocimientos para los mejores sitios web y los logros individuales en la tecnología y la creatividad. De esta manera se pretende que el participante pueda conocer y realizar un análisis en base a sitios web efectivos, y a su vez, como parte de su acervo cultural, tenga conocimiento sobre esta Academia. De esta manera la actividad puede enriquecerse más, al evitar la selección de sitios comunes y que normalmente visitan.

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

## Tema 12

### Notas para la enseñanza del tema:

Este tema resume la variedad de formas en que una empresa puede comunicarse en línea con sus clientes actuales y potenciales. Sin duda alguna, la comunicación es la base de la marca así como de las ventas.

Como se menciona en el cierre del capítulo, hasta el producto más diferenciado del mundo carece de valor si el mensaje no se puede transmitir a los consumidores y clientes potenciales.

El principal desafío en este capítulo es darle a conocer a los participantes las diferentes formas de comunicación de marketing disponibles en la web, su aplicación, así como la distinción de sus ventajas y desventajas tratando de identificar su eficacia y el costo para la empresa a través de la selección de los indicadores de medición que se consideren convenientes.

Para ejemplificar la variedad de tipos de publicidad en línea manejados en este tema, puede hacer uso del Internet mostrando a los participantes un ejemplo real en línea (vigente al momento en el que se imparta el tema) de cada uno de los conceptos descritos. Esto puede ser durante la clase, y para los participantes a distancia puede proporcionar las ligas de acceso correspondientes para ingresar a los sitios.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 13

### Notas para la enseñanza del tema:

En este tema se resumen primero las amenazas de seguridad y las soluciones que los administradores de sitios tienen que conocer, para posteriormente revisar los diferentes sistemas de pago disponibles.

El punto clave del tema para los participantes, en lo que respecta a la seguridad, es que la seguridad es un fenómeno complejo y multifacético, y aunque cuenta con diferentes herramientas tecnológicas, normas y políticas de diferentes tipos para proteger a los usuarios, no hay una solución que garantice al 100% la prevención de un ataque cibernético.

Con respecto a los sistemas de pago, el punto clave es que la Web no ha creado completamente nuevos métodos de pago, aunque sí ha cambiado cómo se implementan los métodos de pago genéricos. Para este tema, se sugiere preguntar a los participantes si han realizado pagos por Internet, qué sistemas han utilizado y cómo ha funcionado el proceso.

### Referente a la actividad sugerida del tema:

Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

### Liga de tutorial:

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para YouTube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=blWpFNYcym8>

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que su entrega final, proyecto integrador y resumen ejecutivo está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 14

### Notas para la enseñanza del tema:

En este tema se resumen las diversas formas en que las tecnologías de comercio electrónico y de Internet han planteado graves dilemas sociales.

Otro punto importante del tema a revisar con los participantes es que la conciencia ética, social y política es una parte importante de la vida empresarial tanto en los negocios digitales como en los tradicionales. Como se comentó en el cierre del tema, la mayoría de los empleadores no se arriesgan a contratar personal que no tiene convicciones éticas, para prueba de ello puedes preguntar a tus participantes si como empleadores les gustaría contratar a una persona bajo la percepción de que tiene pocos escrúpulos morales o éticos.

### Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que su entrega final con el desarrollo de la fase 3 en el respectivo proyecto integrador así como la entrega del resumen ejecutivo está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

## Tema 15

**Notas para la enseñanza del tema:**

Una vez que los participantes comprendan los conceptos básicos de la propiedad intelectual, una forma de concluir el tema es a través de un debate con la finalidad de analizar si la sociedad estaría mejor sin la ley de propiedad intelectual o no.

De acuerdo a diversas opiniones, las leyes de propiedad intelectual restringen el flujo de ideas, la música y otras formas de expresión. Por otra parte, estas mismas leyes incentivan a la gente a crear nuevas formas de expresión.

Otra sugerencia para enriquecer el tema es visitar en clase los sitios de la oficina de patentes de Estados Unidos y analizar un documento de patente, a su vez se también se sugiere visitar la página de Marcanet del IMPI para ilustrar el tema de patentes y marcas.

**Observaciones:**

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En la semana que finaliza este último tema se deberá de solicitar la entrega final con el desarrollo de la Fase 3 en el respectivo proyecto integrador, así como la entrega del resumen ejecutivo.

## Evidencia

---

El participante deberá elaborar una evidencia (producto final) por medio de la cual demuestre el dominio de la competencia del curso, como elemento indispensable para conseguir la acreditación del mismo. Es decir, lo plasmado en la evidencia es aquello que buscamos que los estudiantes sean capaces de hacer bien.

Es importante insistir en que los participantes se tomen en serio la elaboración de las evidencias de sus certificados, pues con ellas pueden armar un portafolio interesante de proyectos que les servirá mucho al momento de buscar ingresar al mercado laboral.

Las instrucciones para la realización de la evidencia son las siguientes:

## Fase 1: Identificación, selección y análisis de la oportunidad y selección de la oportunidad de negocio

### Instrucciones:

- I. Identifica una empresa que esté haciendo negocios digitales o tenga presencia en Internet.

Como sugerencia, puedes seleccionar una empresa que cotice en la Bolsa de Valores, que haya sido estudiada ampliamente o bien, una empresa en donde puedan brindarte la información requerida ya que deberás obtener información sensible de la empresa.

- II. Del sitio de la empresa elegida, selecciona una iniciativa de comercio electrónico (*ecommerce*) y analiza los siguientes aspectos:

#### A.- Antecedentes de la empresa:

Describe el tipo de empresa que estás analizando:

- Dónde está ubicada
- Cuál es su giro
- Número de empleados
- Historia
- Información adicional que permita entender qué hace la empresa

#### B.- Utilización de Internet en el negocio

Analiza la forma en que la empresa hace uso de las tecnologías de información, específicamente de Internet. Para ello realiza lo siguiente:

- Obtén una imagen de la página principal del sitio que elegiste como referencia para el trabajo que realizarás.
- Analiza la página de la empresa y evalúala en términos de las ocho características únicas de la tecnología de comercio electrónico:
  1. Ubicuidad
  2. Alcance
  3. Estándares universales
  4. Riqueza
  5. Interactividad
  6. Densidad de información
  7. Personalización y adecuación
  8. Tecnología social
- Describe cuáles características se implementan bien en el sitio y cuáles no.

#### C.- Identificación del modelo de negocios

Con base en el análisis de la empresa identifica, describe y fundamenta lo siguiente:

1. El modelo de negocio
2. Propuesta de valor o ventajas competitivas
3. Modelo de ingresos
4. Oportunidad de mercado que opera
5. Principales competidores
6. Estrategia de mercado
7. Equipo directivo de la empresa
8. Estructura organizacional

## Fase 2: Análisis estratégico del modelo de negocio y financiero

### Instrucciones:

I. Con base en los puntos desarrollados de la empresa seleccionada en la Fase 1 del proyecto, analiza los siguientes aspectos:

- D.- Análisis del modelo de negocios
- o Analiza el tipo de modelo de negocios que representa la oportunidad seleccionada.
  - Describe si la oportunidad seleccionada es B2C o B2B y si la empresa es un comerciante virtual, comerciante multicanal, comerciante por catálogo, comerciante directo del fabricante, o si es un Marketplace o red industrial privada.
  - Identifica las características principales del modelo al que pertenece.
  - Analiza si la empresa cumple con las expectativas del modelo.

### E.- Análisis estratégico

El enfoque de análisis estratégico se basa en los elementos de competitividad que se han discutido en el curso. Las cinco fuerzas del mercado —competidores actuales, nuevos entrantes, productos sustitutos y el poder de negociación de los clientes y proveedores—, ayudarán a determinar los elementos críticos en la industria en general. Con base en esto realiza lo siguiente:

- Analiza cómo está posicionada la empresa en esta industria.
- Verifica cuáles son sus competencias clave, cadena de valor, sinergias, tecnología, retos sociales y legales.

### F.- Análisis financiero

El análisis financiero ayuda a ver el desempeño de la empresa y se compone de dos partes: los estados financieros de las operaciones y el balance general.

En este punto deberás localizar los estados financieros de las operaciones (estados de resultados) y encontrar cuánto dinero gana o pierde la empresa de acuerdo a las ventas y costos actuales. Con base en tu análisis determina lo siguiente:

- ¿Qué tan rentable es la compañía?
  - ¿Va en la dirección correcta o tiene algún problema?
- (Este análisis lo puedes llevar a cabo al comparar los resultados contra los de años anteriores y con los de otras empresas similares).

### Fase 3: Análisis de la estrategia de e-marketing y su impacto en la sociedad

#### Instrucciones:

Con base en los puntos desarrollados en las fases anteriores del proyecto, analiza los siguientes aspectos:

#### G.- Plan de marketing:

Identifica las estrategias y acciones de la empresa para establecer relaciones con los consumidores y fomentar las compras.

Analiza el uso que hace la empresa de los siguientes elementos:

1. Sitio web
2. Marketing *online* tradicional (Motor de búsqueda, publicidad gráfica, e-mail y afiliados)
3. El marketing social (redes sociales, blogs, video, juegos)
4. El marketing móvil (sitios para teléfonos inteligentes, tabletas, aplicaciones)
5. Marketing *offline* o fuera de línea (televisión, radio, impresos)

#### H.- Comunicación de marketing:

Realiza una lista que describa detalladamente las diferentes herramientas de comunicación de marketing que has corroborado que utiliza la empresa. Menciona al menos cuatro herramientas.

¿Cuál te parece más eficaz y por qué?

#### I.- Privacidad:

Con base en las funciones de protección de privacidad (que no deben faltar si un sitio web es serio) examina las políticas de privacidad de la empresa. Describe en qué consisten y si son apropiadas o inapropiadas para las condiciones del mercado y la empresa.

La rúbrica con la que usted deberá evaluar la evidencia final es la siguiente:

Rúbrica	Descriptor						
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	Puntos totales
1. Selección de la oportunidad y del negocio.	<p><b>Equivalencia: 34 puntos</b></p> <p>*Presenta los 5 elementos de antecedentes de la empresa. *Analiza la página de la empresa de acuerdo a las 8 características de la tecnología del comercio electrónico. * Presenta un análisis de los 8 criterios del</p>	<p><b>Equivalencia: 28 puntos</b></p> <p>*Presenta los 5 elementos de antecedentes de la empresa. *Analiza la página de la empresa de acuerdo a 6-7 características de la tecnología del comercio electrónico. * Presenta un análisis de 6-7</p>	<p><b>Equivalencia: 21 puntos</b></p> <p>*Presenta los 5 elementos de antecedentes de la empresa. *Analiza la página de la empresa de acuerdo a 4-5 características de la tecnología del comercio electrónico. * Presenta un análisis de 4-5 criterios del</p>	<p><b>Equivalencia: 14 puntos</b></p> <p>*Presenta los 5 elementos de antecedentes de la empresa. *Analiza la página de la empresa de acuerdo a 1-3 características de la tecnología del comercio electrónico. * Presenta un análisis de 1-3 criterios del</p>	<p><b>Equivalencia: 7 puntos</b></p> <p>*No presenta los 5 elementos de antecedentes de la empresa. *Analiza la página de la empresa de acuerdo a 1-3 características de la tecnología del comercio electrónico. * Presenta un análisis de 1-3</p>	<p><b>Equivalencia: 0 puntos</b></p> <p>No cumple con el criterio.</p>	34

	modelo de negocios.	critérios del modelo de negocios.	modelo de negocios.	modelo de negocios.	critérios del modelo de negocios.		
2. Análisis estratégico del modelo de negocio y financiero.	<b>Equivalencia: 33 puntos</b>	<b>Equivalencia: 20 puntos</b>	<b>Equivalencia: 10 puntos</b>	<b>Equivalencia: 0 puntos</b>	<b>Equivalencia: 0 puntos</b>	<b>Equivalencia: 0 puntos</b>	33
	*Analiza el modelo de negocios. *Presenta un análisis estratégico. *Realiza un análisis financiero.	*Analiza el modelo de negocios. *Presenta un análisis estratégico. *No realiza un análisis financiero.	*Analiza el modelo de negocios. *No presenta un análisis estratégico. *No realiza un análisis financiero.	NA	NA	No cumple con el criterio.	
3. Análisis de la estrategia de e-marketing	<b>Equivalencia: 33 puntos</b>	<b>Equivalencia: 27 puntos</b>	<b>Equivalencia: 20 puntos</b>	<b>Equivalencia: 13 puntos</b>	<b>Equivalencia: 7 puntos</b>	<b>Equivalencia: 0 puntos</b>	33
	*Presenta el plan de marketing, incluyendo sitio web, marketing online, social y móvil. *Describe 4 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa e identifica si son apropiadas.	*Presenta el plan de marketing, incluyendo sitio web, marketing online, social y móvil. *Describe 3 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa e identifica si son apropiadas.	*Presenta el plan de marketing, incluyendo sitio web, marketing online, social y móvil. *Describe 1-2 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa e identifica si son apropiadas.	*Presenta el plan de marketing, incluyendo sitio web, marketing online, social y móvil. *Describe 4 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa e identifica si son apropiadas.	*Presenta el plan de marketing, incluyendo sitio web, marketing online, social y móvil. *Describe 4 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa e identifica si son apropiadas.	*Presenta el plan de marketing, incluyendo 2 de 4 elementos. *Describe 2-3 herramientas de comunicación de marketing. *Describe las políticas de privacidad de la empresa pero no identifica si son apropiadas.	