



PLAN DE TRABAJO

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

Licenciatura en Infor 7 Semestre

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Creación de Negocios de Tecnología
Clave(s):	1727
Tipo:	Obligatoria
Plan de Estudios:	Plan 2012 (actualizado 2016)

FECHAS DEL SEMESTRE:

Inicio semestre:	12 de febrero de 2024
Fin del semestre:	21 de junio 2024
Plataforma educativa:	28 de febrero de 2024 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	16 de junio de 2024 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	15 y del 17 al 21 de junio 2024
Registro de calificaciones en actas:	
Consulta de calificaciones a partir del:	

DATOS GENERALES

Objetivo general:

El alumno comprenderá la importancia del uso estratégico de las TIC en los negocios electrónicos, los pasos para su puesta en marcha, así como la protección de los mismos.

Contenido temático:

Tema		Teóricas	Prácticas
1	Diferencia entre comercio electrónico y negocio electrónico	8	0
2	Tipos de negocio electrónico	10	0
3	Los negocios electrónicos y el uso estratégico de las tecnologías de información y comunicación	18	0
4	Negocio electrónico en acción	18	0
5	Seguridad y protección de la información en negocios electrónicos	10	0
Total			
Suma total de horas			

BIENVENIDA

Apreciable alumn@: Estaré asesorándote durante el presente semestre, mi objetivo es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y espero que aproveches los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. Los maestros de esta asignatura, seremos tus asesores durante este semestre, Bienvenid@s. El asesor asignado a tu grupo revisará tus actividades de aprendizaje en plataforma y en caso necesario podrás tener un comentario a cada una de ellas en un lapso que no debe ser mayor a una semana después de entregar la actividad, lo cual te permita conocer la retroalimentación correspondiente para que puedas analizar los comentarios que, sin duda, repercutirán en tu aprendizaje. Asimismo, es recomendable que presentes tu examen parcial una vez que hayas entregado las actividades de aprendizaje de esas unidades y consideres que te has preparado lo suficiente para poder acreditarlo.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Hoy en día los avances de las tecnologías de información y comunicación se aplican en todas las áreas de nuestra vida, y esta asignatura se relaciona con esa importancia porque promueve la creación de proyectos de emprendimiento tecnológico, en la actualidad es muy importante ser emprendedor, ya que creas tu propia organización o empresa, así podrás independizarte económicamente y poder hacer crecer tu propia organización y precisamente ver, analizar, descubrir y estudiar la forma en que la tecnología se aplica en el ámbito de los negocios, su impacto en las organizaciones y en sus diferentes áreas, para ello es importante hacer un estudio cauteloso para hacer que nuestro emprendimiento tecnológico tenga una ventaja competitiva, satisfaga necesidades y/o deseos, estructurando los recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos que debe incluir cada proceso incluido en las organizaciones debe de existir una justificación, la mayoría de las veces es una justificación económica basada en la satisfacción del elemento más importante del negocio, el cliente. Los esfuerzos éticos, legales e innovadores que logren convencer al cliente de mantener su relación comercial con nosotros están más que justificados. Los vínculos existentes con las áreas de comercialización, mercadotecnia, estrategia de negocios, seguridad de la información, sistemas de información y desarrollo de proyectos son las más importantes que se tocan en esta asignatura, Es de vital importancia recordar todos los conocimientos aprendidos con anterioridad de estas materias, para poder realizar con éxito nuestro plan de Creación de negocios de tecnología

FORMA EN QUE EL ALUMNADO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Las actividades de aprendizaje estipuladas por los asesores son tareas que se han estructurado de tal forma que le permitan desarrollar habilidades y destrezas, para el aprendizaje en específico, derivado de los aprendizajes significativos de los contenidos temáticos de la asignatura correspondiente. Para la realización de una actividad se deberá hacer una investigación, deberá buscar fuentes oficiales como libros, revistas, artículos, etcétera en dos fuentes mesográficas diferentes y hacer la cita de estos en formato APA. La bibliografía no es limitativa, puedes consultar otras bibliografías para la realización de las

actividades. De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo abierto, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar sus exámenes parciales (las fechas podrá consultarlas en la página web del SUAyED) y decidirás el periodo en el que los presentarás.

Como requisito se debe entregar con una portada que indique los datos de identificación del alumno, asesor, carrera, asignatura, y el número de actividad que se está presentando. El requisito para la presentación de las actividades es haber realizado las actividades correspondientes esto con la oportunidad de tener un mayor conocimiento acerca de los tópicos en listados en la asignatura

Para la realización de tus actividades deberás cuidar tu **ortografía** y usar **fuentes oficiales** como: libros, revistas, artículos, etcétera. Recuerda hacer la cita en formato APA, ya que, si no lo haces incurrirás en plagio. https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf .

Las actividades elaboradas con inteligencia artificial serán sancionadas según el criterio que establezca el profesor.

Para la entrega extemporánea de actividades tendrás una semana más con una calificación máxima de 8.0

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Cada actividad está diseñada para que la resuelvas utilizando la bibliografía básica y complementaria, sugerida en el plan de trabajo. Es importante que al final de cada actividad, elabores una cita bibliográfica de la fuente consultada.

Recuerda incluir portada en todas las actividades:

Nombre de la institución con logos.

Nombre de la actividad.

Nombre del profesor o profesora.

Nombre del alumno.

Estimado alumno, para facilitar el aprendizaje de esta asignatura, en la sección de recursos de tu plataforma encontrarás un archivo llamado Videoclases, que contiene los vínculos a videos que tu profesor ha grabado para ti.

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1: Diferencia entre comercio electrónico y negocio electrónico	Actividad Colaborativa	<p>FORO.</p> <p>Instrucciones:</p> <p>Entra al foro de discusión.</p> <p>Da clic donde aparece mi foto y nombre. Es la única liga que se usará para interactuar. Si abras tu propia liga será eliminada y no será calificada.</p> <p>Participarás Describiendo con tus propias palabras los siguientes conceptos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollo tecnológico. Empresa Innovadora. Empresa Spin-off. Etapas del Desarrollo tecnológico. Innovación. <p>Deberás participar 3 veces. Recuerda que debes ser respetuoso con tus compañeros.</p> <p>Responde cada pregunta detonadora en párrafo de por lo menos 6 renglones.</p> <p>Incluye las referencias en formato APA y las ligas del sitio donde realizaste tus consultas.</p> <p>Lee las respuestas de tus compañeros de la pregunta detonadora y opina con dos de ellos; puedes hacerles una pregunta, sugerencias o dar tu opinión.</p> <p>Redacta una conclusión que integre las respuestas de tus compañeros integrando la pregunta detonadora.</p>	<p>Los tipos de empresa de base tecnológica: Spin-offs y Startups ¿Qué políticas deben impulsarse? CETYS. https://www.cetys.mx/noticias/los-tipos-de-empresa-de-base-tecnologica-spin-offs-y-startups-que-politicas-deben-impulsarse/</p> <p>El Proceso Innovador en la actividad empresarial. (s/f). Recuperado el 15 de diciembre de 2023, de https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448614224.pdf</p> <p>Guía de creación de empresas tecnológicas. (2020). OVTT; Observatorio Tecnológico de la Universidad de Alicante. https://www.ovtt.org/guias/startups</p>	5%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Criterios de Evaluación</p> <p>Contiene todos los puntos solicitados, las consideraciones de en los criterios de evaluación.</p>		
	<p>Actividad 1</p> <p>Cuadro de análisis de Casos</p>	<p>Cuadro Comparativo</p> <p>Diferencia entre Comercio Electrónico y Negocio Electrónico</p> <p>Instrucciones:</p> <p>Sección 1 Requerimientos previos</p> <p>Realiza un cuadro:</p> <p>Definiciones de "Comercio Electrónico"</p> <p>Características de "Comercio Electrónico"</p> <p>proporciona al menos tres ejemplos de plataformas o empresas que operen en este ámbito.</p> <p>Realiza un cuadro</p> <p>Definición de "Negocio Electrónico"</p> <p>Características principales de "Negocio Electrónico"</p> <p>Proporciona al menos tres ejemplos de negocios electrónicos.</p> <p>Realiza un cuadro comparativo que</p> <p>Describe brevemente tres similitudes entre el comercio y el negocio electrónicos.</p>	<p>Calderón, A. M. (2022). Diferencias entre e-business y e-commerce: ¿Cuál usar para mi negocio? Mercadotecnia-digital.com. https://mercadotecnia-digital.com/diferencias-entre-e-business-y-e-commerce-cual-usar-para-mi-negocio/</p> <p>Maynés, P. O. (s/f). Diferencia entre Ecommerce y Ebusiness. Smartcommerce21.com. Recuperado el 15 de diciembre de 2023, de https://www.smartcommerce21.com/blog/diferencia-entre-e-commerce-y-e-business-¿Qué-distingue-a-un-e-commerce-de-un-ebusines?</p>	<p>6%</p>

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Describe tres diferencias clave entre el comercio y el negocio electrónicos. Destacando aspectos como el alcance, los modelos de negocio y la integración de procesos. Sección 2 Aplicaciones Prácticas (Análisis de Casos)</p> <p>Selecciona una empresa conocida que se dedique principalmente al comercio electrónico y analiza cómo utiliza esta modalidad para llevar a cabo sus operaciones. Describe cómo el comercio electrónico influye en su modelo de negocio y estrategias. Elige otra empresa que sea un ejemplo de negocio electrónico y explora cómo integra la tecnología en sus procesos empresariales. Destaca cómo el negocio electrónico afecta su relación con los clientes y proveedores. Sección 3 Reflexión y Conclusiones (Ensayo Breve)</p> <p>Escribe un ensayo breve (mínimo 300 palabras) en el que reflexiones sobre la importancia del comercio y el negocio electrónicos en la actualidad. Analiza cómo estas modalidades han transformado la manera en que las empresas operan y cómo interactúan con los consumidores.</p> <p>Criterios de Evaluación: Claridad en la definición de conceptos. Precisión en la identificación de similitudes y diferencias.</p>	<p>(2020).PAYCOMET Blog. https://www.paycomet.com/news/ecommerce-y-ebusiness/</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Profundidad en el análisis de casos prácticos. Coherencia y cohesión en la redacción del ensayo. Uso de ejemplos pertinentes y actuales. Originalidad en las reflexiones y conclusiones.</p> <p>La tarea debe ser entregada en formato PDFI, ya sea a través de un documento de texto o una presentación, y puede incluir gráficos o imágenes relevantes para ilustrar los conceptos</p>		
	Actividad 3	<p>Terminos Clave en Negocios Electronicos</p> <p>Elabora un documento Descriptivo y Aplicativo</p> <p>Parte 1 Introducción: Breve descripción de términos Clave en Negocios Electrónicos</p> <p>Parte 1: Descripción de Términos</p> <p>a) WEB 2.0 aplicado aun negocio electrónico</p> <p>b) WEB 3.0 aplicado aun negocio electrónico</p> <p>c) E-learning aplicado aun negocio electrónico</p> <p>d) B-learning aplicado aun negocio electrónico</p> <p>e) R-learning aplicado aun negocio electrónico</p> <p>Parte 2: Conclusión Resume cómo la comprensión de estos términos y su aplicación en el Negocio electrónico contribuirá al éxito y la innovación de una empresa, se espera que se demuestre una comprensión profunda de los términos y su capacidad para aplicarlos</p>	<p>Álvarez, M. M. A. (s/f). Redes sociales y Web 2.0. Lumen.uv.mx. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://lumen.uv.mx/recursoseducativos/exocerebro/pdf/3-Redes-sociales.pdf</p> <p>Manual de Marketing y comunicación Cultural Bizkaia.eus. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-</p>	4%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>de manera estratégica en el contexto de su nuevo negocio electrónico. La originalidad y la conexión lógica entre la descripción y la aplicación serán aspectos clave en la evaluación.</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Claridad en la descripción de cada término. Relación directa entre la descripción y su aplicación en un negocio electrónico. Coherencia en la elección de las tecnologías según las necesidades del negocio. Coherencia y relevancia de la conclusión. <p>Formato: Fuente Arial 12, espacio 1.5 en Formato PDF</p>	<p>cultural_web.pdf?hash=da24cd1fdfe288072c26e7cb49163d7f</p> <p>Alarcón-Acosta, H., Mendoza-Hernández, L. E., & Monroy-González, L. A. (s/f). Gamification as a learning strategy applied to students of high school number 1. Edu.mx. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/download/5112/6588/</p>	
Unidad 2 Tipos de negocio electrónico	Actividad 1	<p>Estrategias Innovadoras en la operación de un Negocio Electrónico</p> <p>Sección 1: Investigación Estratégica</p> <p>Realiza una investigación de los Tipos de Negocio Electrónico que operan en la actualidad, elige un caso de éxito de negocio electrónico en un Mercado Mexicano</p> <p>Investiga y analiza al menos tres estrategias innovadoras utilizadas en el tipo de negocio electrónico que elegiste. Pueden incluir enfoques de</p>	<p>SYDLE. (2021). E-business: ¿Qué es y para qué sirve? Blog SYDLE; SYDLE. https://www.sydle.com/es/blog/que-es-e-business-61676092830b254194e0eb1f</p> <p>Comercio electrónico. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de</p>	7%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>marketing, modelos de monetización, colaboraciones estratégicas, entre otros.</p> <p>Sección 2: Desarrollo de un Informe Empresarial</p> <p>Elabora un informe ejecutivo que destaque las estrategias innovadoras identificadas y explique cómo estas estrategias contribuyen al éxito del negocio electrónico seleccionado.</p> <p>Describe por medio de un diagrama un proceso las características de e-business (intercambio de información, (por ejemplo: el proceso de fincar pedidos; el pago a proveedores; el pago de nómina) del negocio electrónico seleccionado.</p> <p>Incluye las estrategias innovadoras que hayan implementado con éxito del caso seleccionado, proporciona datos específicos, como resultados financieros, crecimiento de usuarios, etc.</p> <p>Parte 3 Reflexión y Conclusiones (Ensayo Breve)</p> <p>Escribe un ensayo breve (mínimo 300 palabras) en el que reflexiones sobre la importancia de los procesos de frontend y backend que se producen en los negocio electrónicos en la actualidad. Analiza cómo estos procesos llevan a un control estratégico que las empresas operan y cómo interactúan con los consumidores, además de considerar</p>	<p>https://mipymes.economia.gob.mx/vender/comercio-electronico/</p> <p>Expertos en Empresa, E. (2022). Qué es el e-business, beneficios y tipos de negocios electrónicos. VIU Ecuador. https://www.universidadviu.com/ec/actualidad/nuestros-expertos/que-es-el-e-business-beneficios-y-tipos-de-negocios-electronicos</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>¿Cuáles son los factores controlables de proceso del negocio, ¿Qué es un mercado electrónico? ¿Qué es la inteligencia de mercado en plataformas electrónicas?, ¿Qué es el análisis de mercado basado en datos e información?, ¿Que es la segmentación del mercado online?</p> <p>Parte 4: Presentación Empresarial</p> <p>Utiliza herramientas empresariales, para crear una presentación profesional. Incluye gráficos, estadísticas relevantes y ejemplos concretos de las estrategias innovadoras del caso de éxito seleccionado</p> <p>Asegúrate de resaltar cómo estas estrategias pueden aplicarse en otros contextos empresariales y de qué manera podrían adaptarse a diferentes industrias.</p> <p>Entregables Informe Empresarial (fuente Arial 12 a espacio 1.5, margen 2.5 Superior-Inferior, 2.5 Izquierdo, Derecho) Incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA.</p> <p>Presentación Empresarial</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>(Formato de Presentación en Diapositivas automatizadas)</p> <p>En un archivo. Zip con el nombre de la Unidad y el numero de actividad</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Rigor en la investigación de estrategias innovadoras. Claridad en la presentación del informe ejecutivo. Relevancia y aplicabilidad de las estrategias en el entorno empresarial. Profundidad en el análisis de casos empresariales. Calidad y profesionalismo en la presentación empresarial 		
Unidad 3 Los negocios electrónicos y el uso estratégico de las tecnologías de información y comunicación	Actividad 1	<p>Creación de Modelo Canvas para un Nuevo Negocio electrónico</p> <p>Elabora el Modelo Canvas para el lanzamiento de un innovador negocio electrónico, empleando el formato Canvas para proporcionar una visión integral y estructurada de la propuesta de valor, los recursos clave, la segmentación de clientes y demás aspectos relevantes, que incluye los siguientes puntos</p> <ul style="list-style-type: none"> Propuesta de Valor: Define claramente cuál es la propuesta de valor única de tu negocio electrónico. Indica cómo tu producto o servicio resuelve una necesidad específica del mercado. Segmentación de Clientes: Identifica los diferentes segmentos de clientes a los que se dirigirá tu negocio electrónico. Describe detalladamente las características y necesidades de cada segmento. 	<p>Roa, Y. (2018).Modelo de negocio Canvas: Qué es y cómo usarlo. Semrush Blog; Semrush. https://es.semrush.com/blog/modelo-negocio-canvas-como-usarlo/</p> <p>Blanco, E., & Siqueira, A. (202). Modelo Canvas: ¿qué es y cómo utilizarlo en tu negocio? Blog de Inbound Marketing y Ventas RD Station. https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/</p>	8%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Canales de Distribución: Especifica los canales a través de los cuales llegarás a tus clientes. Incluye estrategias para distribución física y/o digital según sea aplicable.</p> <p>Relaciones con Clientes: Describe cómo establecerás y mantendrás relaciones con tus clientes. Considera aspectos como atención al cliente, soporte técnico y servicios postventa.</p> <p>Fuentes de Ingresos: Detalla las diferentes fuentes de ingresos para tu negocio. Si hay modelos de precios específicos, descríbelos aquí.</p> <p>Recursos Clave: Enumera los recursos clave necesarios para la operación del negocio electrónico. Incluye tecnologías, talento humano, financiamiento, entre otros.</p> <p>Actividades Clave: Identifica las actividades clave que llevará a cabo tu negocio electrónico, Describe los procesos operativos y estratégicos necesarios.</p> <p>Alianzas Estratégicas: Menciona posibles alianzas con otras empresas o entidades. Explica cómo estas alianzas contribuirán al éxito del negocio.</p> <p>Costos: Desglosa los costos asociados con la operación del negocio. Incluye costos fijos, variables y cualquier otro gasto relevante.</p> <p>Utiliza un formato Canvas para presentar cada uno de los puntos anteriores de manera visual y concisa. Puedes utilizar herramientas en línea como Canva o cualquier otra herramienta de diseño gráfico que</p>	<p>Vega, M. (2023). Modelo Canvas: ¿Qué es, para qué sirve y como se hace en 2023? Sana Commerce. https://www.sana-commerce.com/es/blog-es/que-es-el-modelo-canvas/</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>preferias. Añade elementos visuales, iconos representativos y colores que reflejen la identidad y el enfoque innovador de tu negocio. La presentación debe ser atractiva y fácil de entender.</p> <p>Entregable formato Canvas</p> <p>Criterios de Evaluación del Bussines Model Canvas</p> <p>Claridad de la Propuesta de Valor ¿La propuesta de valor del negocio tecnológico está claramente definida y fácilmente comprensible? ¿Se destaca cómo el producto o servicio aborda una necesidad específica en el mercado?</p> <p>Segmentación de Clientes ¿La segmentación de clientes es detallada y basada en características demográficas, comportamientos de compra y necesidades? ¿Se identifican claramente los segmentos de clientes a los que se dirigirá el negocio?</p> <p>Efectividad de los Canales de Distribución ¿Se describen de manera efectiva los canales de distribución, tanto físicos como digitales? ¿Hay una estrategia clara para llegar a los clientes a través de estos canales?</p> <p>Gestión de Relaciones con Clientes ¿Cómo se establecerán y mantendrán las relaciones con los clientes? ¿Se abordan aspectos como atención al cliente, soporte técnico y servicios postventa?</p> <p>Diversificación de Fuentes de Ingresos ¿Se identifican y describen claramente las diferentes fuentes de ingresos para el</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>negocio? ¿Hay modelos de precios específicos y estrategias para generar ingresos?</p> <p>Identificación y Descripción de Recursos Clave ¿Los recursos clave necesarios para la operación del negocio están claramente identificados? ¿Se abordan aspectos como tecnologías, talento humano y financiamiento?</p> <p>Detallado de Actividades Clave ¿Las actividades clave necesarias para el funcionamiento del negocio están detalladas de manera específica? ¿Se abordan tanto actividades operativas como estratégicas?</p> <p>Relevancia y Claridad en las Alianzas Estratégicas ¿Se mencionan posibles alianzas estratégicas y se explica cómo contribuirán al éxito del negocio? ¿La elección de aliados está fundamentada y es relevante?</p> <p>Desglose Preciso de Costos ¿Se realiza un desglose preciso de los costos asociados con la operación del negocio? ¿Se incluyen costos fijos, variables y cualquier otro gasto relevante?</p> <p>Creatividad y Diseño Visual del Canvas ¿La presentación visual del Modelo Canvas es creativa y atractiva? ¿Se utilizan colores, iconos e imágenes de manera efectiva para transmitir la identidad del negocio?</p>		
	Actividad 2	<p>Innovación que Transforma</p> <p>Realiza un anteproyecto para la propuesta de un negocio electrónico,</p>	Marroquin, G. (2020) 8 Pasos para elaborar tu plan e-	8%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Fase 1 Conceptualización del Negocio electrónico</p> <p>Descripción de la naturaleza del Negocio electrónico Innovador, considera este negocio se cómo pionero en el desarrollo de tecnologías revolucionarias se trata de una adaptación o mejora de tecnologías existentes, sino que además incluya la creación de soluciones únicas que marcan una diferencia significativa en el mercado.</p> <p>Fase 2 Análisis de público objetivo</p> <p>realiza una descripción y análisis del Consumidor final al que se aspira eso incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> Necesidad o Deseo: Identificar la creciente necesidad o deseo], respaldado por datos de estudios de mercado y tendencias tecnológicas. Segmentación de Mercado online: División del mercado en segmentos según factores como tipo de dispositivos que emplea, el tipo de conexión a datos, proceso de transacción de pagos, manejo de datos, apertura a recursos tecnológicos para interacción de procesos del negocio, destacando las características únicas de cada grupo. Elección de Segmento Meta: Seleccionar el segmento de mercado más estratégico para el negocio electrónico, basado en el análisis de rentabilidad y potencial de crecimiento. Perfil del Consumidor: Crear perfiles detallados de los consumidores objetivo, incluyendo sus características sociales, 	<p>Commerce. LinkedIn.com. https://www.linkedin.com/pulse/8-pasos-para-elaborar-tu-plan-e-commerce-giovanni-marroquin/?originalSubdomain=es</p> <p>Moraes, T. (2023). Desarrollo de comercio electrónico: 10 pasos cruciales para un buen proyecto. E-commerce e Marketing Digital: Agência e-Plus; Agência e-Plus. https://www.agenciaeplus.com.br/es/desenvolvimento-de-e-commerce-etapas/</p> <p>Rubio, J. M. (2012). Plan de negocio para un proyecto de e-commerce, guía de elaboración. Sugerendo - Omnichannel B2C & B2B e-commerce. https://www.sugerendo.com/blog/creacion-de-tiendas-online/plan-de-negocio-para-</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>consumo de datos, comportamientos de compra y preferencias tecnológicas.</p> <p>Fase 3 Estrategias de Interacción y Experiencia del Consumidor:</p> <p>Elabora un análisis de:</p> <p>Plataformas de Interacción: Desarrollar los mockups de las aplicaciones y plataformas interactivas que permitan a los consumidores acceder y experimentar los productos/servicios de manera fácil y efectiva.</p> <p>Personalización: Implementar estrategias para personalizar la experiencia del consumidor, adaptando los productos/servicios según las preferencias individuales.</p> <p>Canal de Atención al Cliente: Establecer canales de atención al cliente eficientes y amigables, integrando chatbots y sistemas de respuesta rápida.</p> <p>Fase 5 Análisis FODA:</p> <p>Realiza un cuadro de análisis FODA</p> <p>Fortalezas: Identificar aspectos como tecnologías patentadas, equipo altamente calificado, y recursos financieros sólidos.</p> <p>Oportunidades: Analizar oportunidades emergentes en el mercado, como brechas tecnológicas, demandas no satisfechas y alianzas estratégicas.</p> <p>Debilidades: Reconocer áreas de mejora, como posibles limitaciones financieras, falta de reconocimiento de marca, etc.</p>	<p>un-proyecto-de-e-commerce-guia-de-elaboracion/</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Amenazas: Evaluar amenazas potenciales, como la competencia intensa, cambios regulatorios y riesgos tecnológicos.</p> <p>Criterios de Evaluación para la Propuesta del Negocio Electrónico "Innovación que Transforma":</p> <p>Fase 1: Conceptualización del Negocio Electrónico</p> <p>Naturaleza Innovadora ¿La descripción del negocio electrónico refleja claramente su carácter innovador y pionero en el desarrollo de tecnologías revolucionarias? ¿Se destacan soluciones únicas que marcan una diferencia significativa en el mercado?</p> <p>Adaptación o Mejora ¿Se distingue claramente si el negocio es una adaptación o mejora de tecnologías existentes? ¿La propuesta incluye elementos que van más allá de las soluciones ya existentes en el mercado?</p> <p>Creatividad y Diferenciación ¿La propuesta demuestra creatividad en la conceptualización del negocio? ¿Se evidencia la diferenciación del negocio respecto a la competencia?</p> <p>Fase 2: Análisis del Público Objetivo</p> <p>Identificación de Necesidades y Deseos ¿La identificación de la necesidad o deseo del consumidor está respaldada por datos de estudios de mercado y tendencias tecnológicas?, ¿Se presenta de manera convincente la creciente necesidad del público objetivo?</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Segmentación de Mercado Online ¿La segmentación del mercado online es detallada y relevante para las características del negocio?, ¿Se identifican claramente las particularidades de cada segmento?</p> <p>Elección de Segmento Meta ¿La elección del segmento de mercado objetivo se basa en análisis de rentabilidad y potencial de crecimiento?, ¿Se justifica de manera sólida la estrategia de focalización?</p> <p>Perfil del Consumidor ¿Los perfiles de los consumidores objetivo son detallados y relevantes para las estrategias del negocio?, ¿Se incluyen características sociales, consumo de datos, comportamientos de compra y preferencias tecnológicas?</p> <p>Fase 3: Estrategias de Interacción y Experiencia del Consumidor</p> <p>Plataformas de Interacción ¿Los mockups de las aplicaciones y plataformas son visualmente atractivos y reflejan la facilidad de uso? ¿Se evidencia la coherencia entre las plataformas y la propuesta de valor del negocio?</p> <p>Personalización ¿Las estrategias de personalización son efectivas para adaptar productos/servicios según las preferencias individuales? ¿Se destaca cómo la personalización mejora la experiencia del consumidor?</p> <p>Canal de Atención al Cliente ¿Los canales de atención al cliente propuestos son eficientes y amigables? ¿Se integran chatbots y sistemas de respuesta rápida de manera coherente con la propuesta de valor?</p> <p>Fase 4: Análisis FODA</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		Análisis FODA ¿El cuadro de análisis FODA es completo y detallado?, ¿Se identifican claramente las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio?		
Unidad 4 Negocio electrónico en acción	Actividad 1	<p>Explorando Modelos y Elementos Clave en Negocios Electrónicos</p> <p>Introducción: Breve descripción de Modelos y Elementos Clave en Negocios Electrónicos</p> <p>Parte 1: Modelos de Negocios Electrónicos</p> <p>Realiza una justificación de cómo vas a usar en tu Negocio Electrónico nuevo cada uno de los siguientes modelos:</p> <p>B2B (Business to Business): ¿Cómo planeas implementar relaciones comerciales entre empresas? ¿Cuáles son los beneficios específicos del modelo B2B en tu negocio?</p> <p>B2C (Business to Consumer): ¿Cómo abordarás las transacciones directas entre tu empresa y los consumidores finales? ¿Qué estrategias usarás para atraer y retener a los clientes individuales?</p> <p>C2C (Consumer to Consumer): ¿Cómo permitirás que los propios consumidores realicen transacciones entre ellos? ¿Qué medidas tomarás para garantizar la seguridad y confianza en estas transacciones?</p> <p>C2B (Consumer to Business): ¿Cómo involucrarás a los consumidores en la generación de valor para tu negocio? ¿Qué incentivos proporcionarás para que los consumidores contribuyan activamente?</p>	<p>Explicación de los diferentes tipos de comercio electrónico (2021). (s/f). BigCommerce. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://www.bigcommerce.mx/articulos/comercio-electronico/tipos-de-modelos-de-negocio/</p> <p>Qué es un modelo de negocio y qué tipos hay [con ejemplos]. (2021). Shopify. https://www.shopify.com/es/blog/17389100-como-elegir-un-modelo-de-negocio-de-comercio-electronico</p> <p>Furite, W. by. (2020). Conoce los 6 tipos de comercio electrónico más utilizados. Blog Furite. https://furite.com/blog-</p>	5%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>G2B (Government to Business): ¿Cómo integrarás la participación gubernamental en las operaciones comerciales? ¿Qué aspectos regulatorios y de cumplimiento considerarás?</p> <p>G2C (Government to Consumer): ¿Cómo facilitarás las interacciones entre el gobierno y los consumidores? ¿Qué servicios gubernamentales ofrecerás a través de tu plataforma?</p> <p>B2G (Business to Government): ¿Cómo estructurarás las relaciones comerciales entre tu empresa y entidades gubernamentales? ¿Qué oportunidades y desafíos prevés en este modelo?</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Claridad en la definición de cada modelo. Aplicabilidad y relevancia para el Negocio Electrónico. Consideración de beneficios y desafíos específicos. <p>Parte 2: Las 5 C's de los Negocios Electrónicos</p> <p>Explique cada una de las 5C's según Vincent Quezada:</p> <p>Contenido: ¿Cómo planeas estructurar y presentar el contenido en tu plataforma?, ¿Qué tipo de información y recursos proporcionarás a los usuarios?</p> <p>Colaboración: ¿Qué herramientas y estrategias implementarás para fomentar la colaboración entre usuarios?, ¿Cómo integrarás la colaboración como parte integral de la experiencia del usuario?</p>	marketing-digital/tipos-comercio-electronico-mas-utilizados/	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Contexto: ¿Cómo adaptarás tu plataforma para proporcionar un contexto relevante a los usuarios?, ¿Qué consideraciones tomarás en cuenta para la personalización del contenido?</p> <p>Comercio: ¿Cómo se llevarán a cabo las transacciones comerciales en tu plataforma?, ¿Qué métodos de pago y procesos de compra implementarás?</p> <p>Comunidad: ¿Cómo construirás y mantendrás una comunidad activa en tu plataforma?, ¿Qué incentivos y funciones sociales incorporarás para fomentar la participación?</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Descripción clara y detallada de cada C. Relevancia y aplicabilidad al contexto del Negocio Electrónico. Coherencia en la integración de estas C's en la estrategia global. <p>Parte 3: Elementos Clave de un Negocio Virtual</p> <p>Explica cada uno de los siguientes elementos de un negocio virtual:</p> <p>Cartera Virtual: ¿Cómo implementarás y gestionarás las carteras virtuales en tu plataforma? ¿Qué medidas de seguridad y privacidad establecerás?</p> <p>Software del Comercio: ¿Qué tipo de software de comercio electrónico utilizarás?, ¿Cómo facilitará la experiencia de compra y transacciones en línea?</p> <p>Software del Banco: ¿Cómo integrarás el software bancario para transacciones seguras?, ¿Qué medidas de seguridad adicionales se implementarán?</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Autoridad Certificadora: ¿Cuál será el papel de la autoridad certificadora en tu plataforma?, ¿Cómo garantizarás la autenticidad y seguridad de las transacciones?</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Claridad en la descripción de cada elemento. Relevancia y aplicación al contexto del Negocio Electrónico. Consideración de aspectos de seguridad y privacidad. <p>Conclusión: Breve resumen que destaque la importancia y la integración de los modelos de negocio, las 5 C's y los elementos clave en el contexto del Negocio Electrónico "Innovación que Transforma".</p> <p>Referencias: Incluye las fuentes consultadas en formato APA al final del documento.</p> <p>Formato: Fuente Arial 12, espacio 1.5.</p> <p>Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización</p>		
	Actividad 2	<p>Documento estratégico de Marketing Electrónico basada en las 4 F's</p> <p>Realiza un documento que incluya:</p> <p>Introducción: Breve descripción de la importancia de la estrategia de marketing electrónico y su conexión con las 4 F's</p> <p>Estrategia de Mercadotecnia Electrónica basada en las 4 F's:</p> <p>Flujo: Generando Tráfico Constante: Identificación clara de cómo la estrategia generará un flujo constante de tráfico hacia</p>	<p>Las 4 F's del marketing digital. (2018). Brandinàmic. https://brandinamic.com/las-4-fs-del-marketing-digital/</p> <p>Belali, L. (s/f). Las 4 Fs del Marketing Digital y Social Media.</p>	5%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>la plataforma. Implementación de tácticas para mantener a los usuarios en un estado de "flujo" mientras interactúan con la plataforma. Ejemplos de estrategias de atracción, como campañas publicitarias, SEO, redes sociales, entre otros. Tácticas para mantener a los usuarios en un estado de "flujo" durante la interacción. Ejemplos de diseño de la interfaz y contenido atractivo para mantener la atención.</p> <p>Funcionalidad: Descripción detallada de cómo la funcionalidad de la plataforma se alinea con las necesidades y preferencias del público objetivo. Ejemplos concretos de características y servicios que mejoran la funcionalidad y la experiencia del usuario, acciones específicas de cómo las características propuestas mejorarán la funcionalidad y la experiencia del usuario.</p> <p>Feedback: Desarrollo de estrategias para recopilar feedback de los usuarios. Mención de cómo se utilizará el feedback para realizar mejoras continuas en la plataforma. Inclusión de encuestas, análisis de comentarios y otros métodos.</p> <p>Descripción de cómo se utilizará el feedback recopilado para realizar mejoras continuas en la plataforma. Ejemplos de ajustes basados en la retroalimentación de los usuarios.</p> <p>Fidelización: Estrategias claras para construir e implementar programas de recompensas a la lealtad entre los usuarios que fomenten la fidelización.. Uso de programas de recompensas, contenido exclusivo o cualquier otra táctica para fomentar la</p>	<p>Occamagenciadigital.com. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://www.occamagenciadigital.com/blog/las-4-fs-del-marketing-digital-y-social-media</p> <p>Nava, I. (2016).¿Conoces las cuatro F del marketing digital? Revista Merca2.0. https://www.merca20.com/conoces-las-cuatro-f-del-marketing-digital/</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>fidelización. Ejemplos específicos de recompensas y beneficios para los usuarios leales. Propuestas de contenido exclusivo y otras tácticas para fomentar la fidelización. Ejemplos de eventos, promociones exclusivas, etc.</p> <p>Criterios de Evaluación:</p> <p>Estrategias para Flujo: Generando Tráfico Constante</p> <p>Mantenimiento del Estado de "Flujo":</p> <p>Funcionalidad: Alineación con las Necesidades del Público</p> <p>Descripción Detallada de Funcionalidad:</p> <p>Feedback: Mejoras Continuas</p> <p>Estrategias de Recopilación de Feedback</p> <p>Fidelización: Construyendo Lealtad</p> <p>Programas de Recompensas</p>		
	Actividad 3	<p>Tarea: Creación de un Sitio de Comercio Electrónico según Vincent Quezada</p> <p>Realiza un documento donde justifiques el desarrollo de las siete etapas del proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, según Vincent Quezada.</p> <p>Que Incluyan:</p> <p>Introducción: Breve descripción de la importancia las siete etapas del proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, según Vincent Quezada.</p> <p>Justificación de la fase 1</p>	Báez, R. A. y Montesano, R. (2018). Creación de negocios de tecnología. Apunte electrónico. Ciudad de México. UNAM. FCA.	5%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Parte 1: Decidir hacerlo</p> <p>Preguntas Pertinentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Aptitud de los productos para la venta en línea? ¿Presupuesto disponible para el proyecto? ¿Costos asociados y seguridad del comercio electrónico? ¿Momento adecuado para el lanzamiento? ¿Impacto positivo en la imagen del negocio? <p>Justificación de la fase 2</p> <p>Parte 2: Software de Comercio Electrónico</p> <p>Componentes Esenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Carrito de compras. Base de datos de productos. Obtención de información del cliente. Selección de formas de pago. Encriptado de información de crédito. Sistema de administración de la tienda (back office). <p>Componentes Útiles:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sistema de búsqueda. Bases de datos administrables. Estadísticas. Capacidad promocional y de descuentos. <p>Justificación Fase 3.</p> <p>Parte 3: Implementación y Diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> Creación de un home page atractiva. Definición del modo de navegación. 		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Diseño de encabezados para categorías. Creación de botones, viñetas y barras atractivas. Escaneo y formateo de imágenes de productos.</p> <p>Justificación fase 4</p> <p>Parte 4: Hosting (Colocación de Página) (20 puntos)</p> <p>Selección de un proveedor de hosting confiable. Garantizar capacidad para transacciones seguras. Enfoque en el soporte de transmisión segura de información confidencial.</p> <p>Justificación Fase 5.</p> <p>Parte 5: Recibir Pagos en Línea</p> <p>Implementación de sistemas para recibir pagos en línea de forma segura.</p> <p>Justificación fase 6</p> <p>Parte 6: Administrar la Tienda (20 puntos)</p> <p>Respuesta efectiva a correos electrónicos. Procesamiento eficiente de órdenes. Actualización regular del catálogo de productos.</p> <p>Justificación Fase 7</p> <p>Parte 7: Promoción</p> <p>Registro en motores de búsqueda y directorios. Estrategias de promoción específicas para el sector. Marketing en newsgroups y por correo electrónico. Implementación de banners publicitarios.</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Conclusión: Breve resumen que demuestre una comprensión profunda de cada etapa del proceso de creación del sitio de comercio electrónico, así como la capacidad de reconocer la importancia de la seguridad, el diseño atractivo y la promoción efectiva en línea. La originalidad y la conexión lógica entre la teoría y la aplicación práctica serán aspectos clave en la evaluación.</p> <p>Criterios de Evaluación</p> <p>Fase 1 Respuestas claras y fundamentadas a cada pregunta. Consideración de factores económicos, de seguridad y de imagen del negocio</p> <p>Fase 2 Identificación clara y explicación de los componentes esenciales y útiles. Reconocimiento de la importancia de la seguridad en la información del cliente</p> <p>Fase 3 Descripción detallada de cada paso de implementación y diseño. Reconocimiento de la importancia de una interfaz atractiva y funcional.</p> <p>Fase 4 Selección lógica y justificada de un proveedor de hosting.</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Reconocimiento de la importancia de la seguridad en las transacciones</p> <p>Fase 5</p> <p>Reconocimiento de la importancia de facilitar métodos seguros de pago en línea.</p> <p>Fase 6</p> <p>Estrategias claras para la administración eficiente de la tienda.</p> <p>Reconocimiento de la importancia de la atención al cliente.</p> <p>Fase 7</p> <p>Estrategias de promoción claras y diversificadas.</p> <p>Reconocimiento de la importancia de la visibilidad en línea.</p>		
Unidad 5 Seguridad y protección de la información en negocios electrónicos	Actividad 1	<p>Plan Tecnológico del Negocio Electrónico</p> <p>Elabora el plan Tecnológico del Negocio electrónico que incluye:</p> <p>Introducción: Breve descripción de la importancia Plan Tecnológico del Negocio Electrónico</p> <p>Fase 1 Prospectiva Tecnológica</p> <p>Identificación de Tendencias</p> <p>Descripción de las tendencias tecnológicas emergentes, como inteligencia artificial o blockchain, y su relevancia para el negocio.</p> <p>Evaluación de Impacto:</p> <p>Análisis de cómo estas tendencias podrían afectar positiva o negativamente a la empresa.</p> <p>Análisis Interno y Externo</p>	<p>Báez, R. A. y Montesano, R. (2018). Creación de negocios de tecnología. Apunte electrónico. Ciudad de México. UNAM. FCA.</p> <p>Seguridad en el Comercio Electrónico: Medidas e Importancia. (2023). Conekta.com; Conekta. https://www.conekta.com/blog/seguridad-comercio-electronico</p>	7%

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Análisis Interno: Evaluación de la infraestructura tecnológica actual, identificando fortalezas y debilidades.</p> <p>Análisis Externo: Investigación sobre la competencia y el entorno tecnológico externo para identificar oportunidades y amenazas.</p> <p>Fase 2 Conceptos Clave en Acciones Operativas</p> <p>a) Plan de Recuperación de Desastres:</p> <p>Descripción: Un plan que establece procesos y procedimientos para recuperarse de eventos que podrían causar interrupciones en el negocio.</p> <p>Uso en el Negocio Tecnológico: Como Implementaría un plan detallado para garantizar la continuidad del negocio en caso de desastres, respaldando datos críticos y estableciendo protocolos de recuperación.</p> <p>b) Plan de Contingencia:</p> <p>Descripción: Estrategias y medidas que se aplican cuando ocurre un evento imprevisto para minimizar el impacto.</p> <p>Uso en el Negocio Tecnológico: Establecería un plan detallado de contingencia para abordar problemas inesperados, como caídas del servidor, asegurando una respuesta rápida y eficaz.</p> <p>c) COTS (Commercial Off-The-Shelf):</p> <p>Descripción: Software o hardware listo para usar que está disponible comercialmente.</p>	<p>Tovar, F. (2022). Seguridad en e-commerce B2B: Todo lo que debes saber. Sana Commerce. https://www.sana-commerce.com/es/blog-es/seguridad-en-ecommerce/Comercio, E. L., (s/f).</p> <p>SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. Cecarm.com. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://www.cecarm.com/Guia_Seguridad_en_el_comercio_el_electronico__CECARM.pdf-6559</p>	

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Uso en el Negocio Tecnológico: Integraría soluciones COTS para funciones estándar, como software de productividad, para optimizar costos y tiempo de implementación.</p> <p>d) Solución Tecnológica: Descripción: Un conjunto completo de tecnologías que resuelven un problema específico o satisfacen una necesidad empresarial. Uso en el Negocio Tecnológico: Implementaría soluciones tecnológicas integrales para gestionar procesos específicos, como un sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM).</p> <p>e) Implementación: Descripción: Proceso de llevar a cabo una solución o sistema en un entorno operativo. Uso en el Negocio Tecnológico: Durante la implementación, pondría en marcha las soluciones tecnológicas planificadas, asegurando una transición suave y efectiva.</p> <p>f) Soporte: Descripción: Provisión de asistencia técnica continua para mantener y solucionar problemas en las soluciones tecnológicas. Uso en el Negocio Tecnológico: Establecería un servicio de soporte eficiente para garantizar la disponibilidad y funcionalidad continua de las soluciones implementadas.</p> <p>g) Mantenimiento Preventivo:</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Descripción: Actividades planificadas para prevenir problemas futuros en sistemas o soluciones tecnológicas.</p> <p>Uso en el Negocio Tecnológico: Implementaría rutinas regulares de mantenimiento preventivo para prevenir posibles fallas en la infraestructura tecnológica.</p> <p>h) Mantenimiento Correctivo:</p> <p>Descripción: Corrección de problemas o fallas ya existentes en sistemas o soluciones tecnológicas.</p> <p>Uso en el Negocio Tecnológico: Establecería procedimientos rápidos y eficientes para abordar cualquier problema técnico de manera oportuna y minimizar el tiempo de inactividad.</p> <p>Fase 3 Infraestructura y Servicios Cloud Computing y Proveedores de CRM</p> <p>Cloud Computing:</p> <p>Descripción: Modelo de prestación de servicios que ofrece acceso a recursos informáticos a través de internet.</p> <p>Enfoques:</p> <p>SaaS (Software as a Service): Acceso a aplicaciones y software a través de la nube.</p> <p>PaaS (Platform as a Service): Plataforma completa para desarrollo y despliegue de aplicaciones.</p> <p>IaaS (Infrastructure as a Service): Recursos informáticos fundamentales proporcionados a través de la nube.</p> <p>Uso en el Negocio Tecnológico:</p>		

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>SaaS: Como Implementaría servicios de software en la nube para funciones como gestión de proyectos y colaboración.</p> <p>PaaS: Como Utilizaría plataformas en la nube para el desarrollo y despliegue eficiente de aplicaciones personalizadas.</p> <p>IaaS: Como Aprovecharía recursos de infraestructura en la nube para escalabilidad y gestión de carga.</p> <p>Proveedores de Cloud Computing y CRM,</p> <p>Selecciona un proveedor Cloud Computing respondiendo a las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué ofrecen en términos de servicios? ¿Qué configuraciones proporcionan? ¿Cuál contratarías para tu empresa y por qué? <p>Selecciona un proveedor CRM. respondiendo a las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Qué ofrecen en términos de servicios? ¿Qué configuraciones proporcionan? ¿Cuál contratarías para tu empresa y por qué? <p>Conclusión: Breve resumen que demuestre una comprensión profunda de los conceptos tecnológicos clave y su aplicación estratégica en el contexto del nuevo negocio. La originalidad y la conexión lógica entre la teoría y la aplicación práctica serán aspectos clave en la evaluación.</p> <p>Formato: Fuente Arial 12, espacio 1.5. PDF</p>		
Ponderación total de las actividades				60%

EXÁMENES

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (consulta las fechas en el calendario de inscripción a parciales y globales en el Portal SUAyED), tú decides el período en el que los realizarás. Si tu asignatura es optativa, deberás consultar los períodos y número de exámenes con tu asesor.

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

1. Exámenes Parciales:

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación**. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
Único examen parcial (Sé aplicará en el tercer período de aplicación).	1, 2, 3, 4, 5 unidades	30%

- Global. Examen más requisito

Valor examen	Valor requisito	Apertura de requisito en plataforma	Entrega de requisito en plataforma	Aplicación de global
--------------	-----------------	-------------------------------------	------------------------------------	----------------------

80 %	20 %	05 de junio de 2024	12 al 14 de junio de 2024	15 y del 17 al 21 de junio 2024
------	------	---------------------	---------------------------	---------------------------------

Requisito: Presentación de proyecto presencial en EXPO

1. Deberás presentar tu plan de negocios Electrónico con tu asesor
2. Preparar físicamente los elementos para presentar presencialmente tu proyecto en un espacio que se te preparará en las instalaciones de SUAYED
3. Acudir presencialmente en la fecha y hora acordada con tu asesor para presentar tu producto en la EXPO
4. Evaluación de Proyecto:
Plan de Negocios Electrónico (.50%) | Exposición del Plan de Negocios Electrónico (.20%) | Exhibición del Stand (.10 %) | Prototipo de proyecto o servicio (.20%)

La presentación presencial del proyecto en una exposición (EXPO) proporciona una oportunidad invaluable para evaluar y destacar diferentes aspectos clave del plan de negocios electrónico. A continuación, se detallan las justificaciones para cada uno de los requisitos establecidos:

Presentación del Plan de Negocios Electrónico

Retroalimentación en Tiempo Real

Claridad de Conceptos

Preparación Física de Elementos para la Presentación

Profesionalismo

Capacidad de Organización

Asistencia Presencial a la EXPO

Compromiso con el Proyecto

Networking

Evaluación Detallada del Proyecto

Plan de Negocios Electrónico:

Viabilidad y Estrategias

Exposición del Plan de Negocios Electrónico:

Habilidades de Comunicación

Exhibición del Stand

Presentación Visual

Prototipo de Proyecto o Servicio

Validación Práctica

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Porcentajes de evaluación:

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	55 %
Actividades colaborativas	5 %
Exámenes parciales	30 %
Otro	10 %
Total	100 %

OTRO corresponde a:

Requisito: Presentación de proyecto presencial en EXPO

1. Deberás presentar tu plan de negocios Electrónico con tu asesor

2. Preparar físicamente los elementos para presentar presencialmente tu proyecto en un espacio que se te preparará en las instalaciones de SUAYED

3. Acudir presencialmente en la fecha y hora acordada con tu asesor para presentar tu producto en la EXPO

4. Evaluación de Proyecto:

Plan de Negocios Electrónico (.50%) | Exposición del Plan de Negocios Electrónico (.20%) | Exhibición del Stand (.10 %) | Prototipo de proyecto o servicio (.20%)

La presentación presencial del proyecto en una exposición (EXPO) proporciona una oportunidad invaluable para evaluar y destacar diferentes aspectos clave del plan de negocios electrónico. A continuación, se detallan las justificaciones para cada uno de los requisitos establecidos:

Presentación del Plan de Negocios Electrónico

Retroalimentación en Tiempo Real

Claridad de Conceptos

Preparación Física de Elementos para la Presentación

Profesionalismo

Capacidad de Organización

Asistencia Presencial a la EXPO

Compromiso con el Proyecto

Networking

Evaluación Detallada del Proyecto

Plan de Negocios Electrónico:

Viabilidad y Estrategias

Exposición del Plan de Negocios Electrónico:

Habilidades de Comunicación

Exhibición del Stand

Presentación Visual

Escala de evaluación:

Rango	Calificación
1.00 a 5.99	5
6.00 a 6.49	6
6.50 a 7.49	7
7.50a 8.49	8
8.50 a 9.49	9
9.50 a 10.00	10

FUNCIONES DEL ASESOR

Por ser una modalidad abierta, tu asesor:

1. Apoyar y guiar en la resolución de dudas y desarrollo de actividades; a través de los canales de comunicación oficiales.
2. Calificar y retroalimentar las actividades en plataforma educativa en un lapso no mayor a ocho días hábiles después de la fecha de entrega establecida en el calendario.
3. Recomendar recursos didácticos para ampliar tu conocimiento. No es obligatorio facilitarte: copias, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviar las calificaciones al finalizar el semestre de manera personalizada por correo electrónico.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
Juan José Polanco Moreno	Juanjose.polanco.fcaunam@gmail.com

Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción.

Paulo Freire