

PLAN DE TRABAJO

:: MODALIDAD ABIERTA ::

DATOS DE LA ASIGNATURA

Licenciaturas en que se imparte:	Lic. Informática 7 sem		
Nombre:	Creación de negocios de Tecnología		
Clave(s):	1727		
Tipo:	Obligatoria		
Plan de Estudios:	2012 (actualizado al 2016)		

FECHAS DEL SEMESTRE

Inicio semestre:	4 de febrero de 2025
Fin del semestre:	13 de junio 2025
Plataforma educativa:	19 de febrero de 2025 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	25 de mayo de 2025 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	6, 7 y del 9 al 12 de junio 2025
Consulta de calificaciones en historia académica:	A partir del 30 de junio 2025

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

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

Unidad	Tema	Teóricas
1	Diferencia entre comercio y negocio electrónicos	08
2	Tipos de negocio electrónico	10
3	Los negocios electrónicos y el uso estratégico de las tecnologías de información y comunicación	18
4	Negocio electrónico en acción	18
5	Seguridad y protección de la información en negocios electrónicos	10
	Total de horas	64

BIENVENIDA

Apreciables alumnas y alumnos,

Es un gusto darles la bienvenida a esta asignatura, donde exploraremos temas fundamentales para comprender y aplicar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el ámbito de los negocios electrónicos.

Mi principal objetivo como asesor es apoyarlos en su proceso de aprendizaje, resolviendo sus dudas y ayudándolos a alcanzar un dominio integral de los temas. Para ello, revisaré sus actividades de aprendizaje en la plataforma y, en caso necesario, incluiré comentarios que recibirán en un plazo no mayor a una semana después de su entrega. Estas retroalimentaciones les permitirán reflexionar sobre sus avances y corregir áreas de oportunidad para enriquecer su aprendizaje, siempre se hace una cordial invitación que asistan a sus asesorías, para que el desarrollo de la asignatura tenga una ruta de acompañamiento que fortalezca su experiencia de aprendizaje.

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Recomendaciones importantes:

- **Actividades de aprendizaje:** Estas son clave para el desarrollo de las habilidades necesarias en esta asignatura. Les sugiero que realicen cada actividad de manera cuidadosa, siguiendo las indicaciones y utilizando fuentes confiables para respaldar su trabajo.
- **Exámenes parciales:** En esta ocasión **SOLO** será un examen que incluye las 5 unidades, por lo cual es recomendable que las actividades estén listas antes de su presentación del día 19 de mayo, **EXPO MUESTRA EMPRENDEDORA 2025-2** para que se sientan adecuadamente preparados para acreditarlos.

Propósito de la asignatura:

En este curso, no solo aprenderán a diferenciar entre comercio y negocio electrónicos, sino que también adquirirán herramientas para desarrollar estrategias innovadoras que integren las TIC en los procesos empresariales. Asimismo, exploraremos cómo implementar medidas de seguridad que protejan la información en entornos digitales.

Estoy seguro de que este aprendizaje será útil para su formación profesional y para desarrollar proyectos de emprendimiento tecnológico con un enfoque estratégico y ético.

¡Les deseo mucho éxito en esta asignatura! Recuerden que estoy aquí para apoyarlos en este camino hacia el conocimiento.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura fomenta el espíritu emprendedor, ayudándote a crear y gestionar tu propia organización o empresa, con independencia económica y capacidad de crecimiento. El objetivo es que analices, descubras y apliques la tecnología en el ámbito de los negocios, optimizando los recursos materiales, humanos, financieros y tecnológicos de manera estructurada.

Además, aprenderás a justificar tus decisiones estratégicas, enfocándote en satisfacer al elemento más importante del negocio: el cliente. Esto incluye esfuerzos éticos, legales e innovadores que fortalezcan la relación comercial y generen lealtad.

Hoy en día, los avances en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) impactan profundamente todas las áreas de nuestra vida, incluyendo el ámbito empresarial. Esta asignatura está diseñada para explorar la importancia estratégica de las TIC en los negocios y fomentar la creación de proyectos de emprendimiento tecnológico. Su objetivo es prepararte para estructurar, desarrollar y gestionar negocios electrónicos con una ventaja competitiva sostenible.

A lo largo del curso, se abordarán los siguientes temas clave:

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Unidad 1: Diferencia entre comercio electrónico y negocio electrónico, se analizará cómo el comercio electrónico se centra en las transacciones digitales, mientras que el negocio electrónico incluye todas las operaciones que aprovechan las TIC para crear valor empresarial.

Unidad 2 Tipos de negocio electrónico, se explorará los distintos modelos de negocio electrónico, como B2B, B2C, C2C, entre otros, y cómo cada uno satisface necesidades específicas en el mercado digital.

Unidad 3: Los negocios electrónicos y el uso estratégico de las TIC, se estudiará cómo las empresas utilizan las TIC para mejorar procesos internos, optimizar la toma de decisiones y generar estrategias innovadoras que impulsen su competitividad.

Unidad 4: Negocio electrónico en acción, se llevará a la aplicación práctica de una propuesta de negocio electrónicos, identificando los factores clave de éxito y los desafíos que enfrentan en su implementación, emanado de una necesidad identificada desde tus habilidades de emprendimiento tecnológico.

Unidad 5: Seguridad y protección de la información en negocios electrónicos, se aprenderá sobre las medidas necesarias para garantizar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información en entornos digitales.

Prototipo tecnológico y proyecto final

Como parte de tu aprendizaje, desarrollarás un prototipo tecnológico [PMV] que refleje los conceptos y habilidades adquiridas durante el semestre. Este prototipo será presentado al final del curso en una Expo Muestra Emprendedora 2025-2 el 19 DE MAYO DE 2025, donde podrás exponer tu proyecto y demostrar cómo se aplican las TIC de manera estratégica e innovadora en los negocios.

El curso se vincula estrechamente con temas como, comercialización, mercadotecnia, estrategia de negocios, seguridad de la información, sistemas de información y desarrollo de proyectos, para ello es fundamental recordar y aplicar los conocimientos adquiridos en materias anteriores, para diseñar un plan de negocios tecnológico sólido y viable. para enfrentar los retos del mercado global con una mentalidad innovadora y estratégica. ¡Prepárate para convertir tus ideas en soluciones tecnológicas que transformen el futuro empresarial!

FORMA EN QUE EL ALUMNADO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Estimado/a alumno/a, a continuación, se detallan los lineamientos y requisitos necesarios para la entrega de actividades, la consulta de fuentes, y la presentación de exámenes en esta asignatura.

1. Requisitos para la entrega de actividades

Para garantizar la calidad y validez de las entregas, todas las actividades deben cumplir con los siguientes elementos:

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

a) Estructura:

- **Portada:** Debe incluir los siguientes datos:
 - Nombre completo del alumno
 - Nombre del asesor
 - Carrera y asignatura
 - Número y título de la actividad
 - Fecha de presentación
- **Contenido:** Elaborar la actividad de acuerdo con las instrucciones específicas proporcionadas.

b) Fuentes de consulta:

- Deberás realizar una investigación en **al menos dos fuentes mesográficas confiables**, como libros, revistas científicas o artículos académicos.
- Citar y referenciar todas las fuentes empleadas en **formato APA**, asegurando un uso ético de la información.

c) Formato:

- Documento en procesador de texto (Word, PDF, etc.), con letra legible (Arial, tamaño 12).
- Interlineado de 1.5 y márgenes estándar (2.5 cm en todos los lados).
- Organizar la información con títulos, subtítulos y si es necesario, incluir **organizadores gráficos** (mapas conceptuales, cuadros sinópticos, diagramas, etc.) que faciliten la comprensión.

d) Recursos didácticos adicionales:

- Puedes incorporar imágenes, gráficas o tablas siempre que estas sean relevantes y estén debidamente referenciadas.

e) Valoración y penalizaciones:

- El cumplimiento de estos requisitos será considerado en la evaluación de la actividad.
- **Nota importante:** La omisión de cualquiera de los puntos mencionados puede derivar en una reducción proporcional de la calificación asignada.

2. Presentación de exámenes

En esta asignatura, los exámenes se dividen en **parciales** y un **examen global**:

a) Exámenes parciales:

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

- Los exámenes parciales evalúan las habilidades desarrolladas mediante las actividades de aprendizaje, para esta asignatura, será un ÚNICO examen, según lo estipulado por el modelo educativo abierto. Las fechas pueden consultarse en la página web del SUAYED.
- Para poder presentar un examen parcial, es **Recomendable** haber entregado previamente las actividades correspondientes.

b) Examen global:

- Al finalizar el semestre, tendrás la oportunidad de presentar un examen global que evalúe los conocimientos adquiridos en la asignatura de forma integral, cumpliendo con el requisito solicitado, el examen tiene un valor de 80% y el requisito un 20%.

Consideraciones adicionales:

- La preparación de cada actividad y examen es clave para el desarrollo de habilidades relacionadas con los temas de la asignatura.
- El cumplimiento de los lineamientos contribuye a un aprendizaje significativo y una evaluación justa.

Si tienes alguna duda sobre estos requisitos o necesitas orientación adicional, no dudes en contactar a tu asesor

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 .

El uso de la inteligencia artificial para la elaboración de actividades quedará a consideración del profesor, pero también deberán ser citadas en los trabajos.

¡Éxito en tu proceso de aprendizaje!

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Unidad	N° Actividad	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
--------	-----------------	-------------	--------------------------	------------------------

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Unidad 1: Diferencia entre comercio electrónico y negocio electrónico	Actividad 1 Colaborativa	FORO Instrucciones: Entra al foro de discusión. 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. Participarás Describiendo con tus propias palabras los siguientes conceptos: • Desarrollo tecnológico. • Empresa Innovadora. • Empresa Spin-off. • Etapas del Desarrollo tecnológico. • Innovación. Deberás participar 3 veces. Recuerda que debes ser respetuoso con tus compañeros. Responde cada pregunta detonadora	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/ 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 Guía de creación de empresas tecnológicas. (2020). OVTT; Observatorio Tecnológico de la Universidad de Alicante. https://www.ovtt.org/guias/startups	3 pts
---	-------------------------------------	---	---	--------------

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		en párrafo de por lo menos 6 renglones. Incluye las referencias en formato APA y las ligas del sitio donde realizaste tus consultas. 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. Redacta una conclusión que integre las respuestas de tus compañeros integrando la pregunta detonadora. <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE FORO ACTIVIDAD COLABORATIVA</u> • Contiene todos los puntos solicitados, las consideraciones	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		de las instrucciones		
	Actividad 1	INFOGRAFÍA DIFERENCIA ENTRE COMERCIO Y NEGOCIO ELECTRÓNICOS Elabora una infografía Instrucciones: Cuadro 1 Realiza un cuadro: Definiciones de "Comercio Electrónico" • Características de "Comercio Electrónico" proporciona al menos tres ejemplos de plataformas o empresas que operen en este ámbito. Cuadro 2 Realiza un cuadro Definición de "Negocio Electrónico" • Características principales de	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/ 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-ecommerce-y-e-business ¿Qué distingue a un ecommerce de un ebusinees? (2020).PAYCOMET Blog. https://www.paycomet.com/news/ecommerce-y-ebusiness/	3 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		"Negocio Electrónico" • Proporciona al menos tres ejemplos de negocios electrónicos. Cuadro 3 Realiza un cuadro comparativo que describe brevemente tres similitudes entre el comercio y el negocio electrónicos. • 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) 1. Selecciona una empresa conocida	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		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. 2. 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		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		clientes y proveedores. Sección 3 (Ensayo Breve) Reflexión y Conclusiones 1. 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. <u>ENTREGABLES</u> <u>INFOGRAFÍA</u> <u>COMPARATIVOS</u> <u>DIFERENCIA ENTRE</u> <u>COMERCIO Y</u> <u>NEGOCIO</u> <u>ELECTRÓNICOS</u>	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Sección 1 Cuadros descriptivo y comparativo • Sección 2 Aplicaciones Prácticas (Análisis de Casos) • Sección 3 (Ensayo Breve) Reflexión y Conclusiones Formato de entrega: • Formato del archivo PDF • Portada • (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. <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE</u>	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		<u>CUADROS COMPARATIVOS DIFERENCIA ENTRE COMERCIO Y NEGOCIO ELECTRÓNICOS</u> 1. Claridad en la definición de conceptos. 2. Precisión en la identificación de similitudes y diferencias. 3. Profundidad en el análisis de casos prácticos. 4. Coherencia y cohesión en la redacción del ensayo. 5. Uso de ejemplos pertinentes y actuales. Originalidad en las reflexiones y conclusiones		
	Actividad 2	INFORME DESCRIPTIVO Y APLICATIVO TÉRMINOS CLAVE EN NEGOCIOS	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 Manbual de Marketing y comunicación Cultural Bizkaia.eus. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de	4 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

	ELECTRÓNICOS (VIDEO) Elabora un VIDEO DE TIK TOK DE 1.30 Min t Parte 1 Introducción: Breve descripción de términos Clave en Negocios Electrónicos Parte 2: Descripción de Términos 1. WEB 2.0 aplicado aun negocio electrónico 2. WEB 3.0 aplicado aun negocio electrónico 3. E-learning aplicado aun negocio electrónico 4. B-learning aplicado aun negocio electrónico 5. R-learning aplicado aun negocio electrónico Parte 3: Conclusión Resumen ¿Cómo estos	https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=da24cd1fdfe288072c26e7cb49163d7f 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/	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		términos y su aplicación en el Negocio electrónico contribuirá al éxito y la innovación de una empresa? <u>ENTREGABLES:</u> <u>INFORME</u> <u>DESCRIPTIVO Y</u> <u>APLICATIVO</u> <u>TÉRMINOS CLAVE EN</u> <u>NEGOCIOS</u> <u>ELECTRÓNICOS</u> • Parte 1 Introducción • Parte 2: Descripción de Términos • Parte 3: Conclusión Resumen Formato de entrega: • Formato MP4 (link de la publicación) <u>CRITERIOS DE</u> <u>EVALUACIÓN DE</u> <u>INFORME</u>	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		<u>DESCRIPTIVO Y APLICATIVO</u> <u>TÉRMINOS CLAVE EN NEGOCIOS</u> <u>ELECTRÓNICOS</u> 1. Claridad en la descripción de cada término. 2. Relación directa entre la descripción y su aplicación en un negocio electrónico. 3. Coherencia en la elección de las tecnologías según las necesidades del negocio. 4. Originalidad y conexión lógica entre la descripción y la aplicación 5. Comprensión profunda de los términos y su capacidad para aplicarlos de manera estratégica en el	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		contexto de un negocio electrónico. Coherencia y relevancia de la conclusión		
Unidad 2 Tipos de negocio electrónico	Actividad 1	INFORME DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS EN LA OPERACIÓN DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO Elabora un documento en procesador de textos que incluya: Sección 1: Investigación Estratégica 1. 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 Electrónico Mexicano	SYDLE. (2021).E-business: ¿Qué es y para qué sirve? Blog SYDLE; SYDLE. https://www.sydle.com/es/blog/que-es-e-business-61676092830b254194e0eb1f Comercio electrónico. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://mipymes.economia.gob.mx/vender/comercio-electronico/ 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	4 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		2. Investiga y analiza al menos tres estrategias innovadoras utilizadas en el tipo de negocio electrónico que elegiste. Pueden incluir enfoques de marketing, modelos de monetización, colaboraciones estratégicas, entre otros. Sección 2: Análisis de los procesos del negocio desde la vista Empresarial del caso seleccionado 1. Analiza cómo estos procesos llevan a un control estratégico que las empresas operan y cómo interactúan con los consumidores, además de considerar		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		¿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? Sección 3: Diagrama de procesos del negocio seleccionado 1) Describe por medio de un diagrama un proceso las características del BACKEND DEL NEGOCIO (intercambio de información, (por ejemplo: el	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		proceso de realizar pedidos a proveedores, el pago a proveedores; el pago de nómina) del negocio electrónico seleccionado. Sesión 4 Reflexión y Conclusiones (Ensayo Breve) 1) 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 negocios electrónicos en la actualidad. Sección 5: Desarrolla un Storytelling multimedia del Informe de Presentación Empresarial	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		1) Elabora un Storytelling multimedia ejecutivo (Que destaque las estrategias innovadoras identificadas y explique cómo estas estrategias contribuyen al éxito del negocio electrónico seleccionado. Incluye las estrategias innovadoras que hayan implementado con éxito del caso seleccionado, proporciona datos específicos, como resultados financieros, crecimiento de usuarios, etc, para ello, utiliza herramientas empresariales, para crear una	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		presentación profesional. Incluye gráficos, estadísticas relevantes y ejemplos concretos de las estrategias innovadoras del caso de éxito seleccionado, asegura que sea un informe interactivo online. Asegúrate de resaltar cómo estas estrategias pueden aplicarse en otros contextos empresariales y de qué manera podrían adaptarse a diferentes industrias. <u>ENTREGABLES 1 DE INFORME DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS EN LA OPERACIÓN DE UN</u>	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		<u>NEGOCIO</u> <u>ELECTRÓNICO</u> • Sección 1: Investigación Estratégica • Sección 2: Análisis de los procesos del negocio desde la vista Empresarial del caso seleccionado • Sección 3: Diagrama de procesos del negocio seleccionado • Sesión 4 Reflexión y Conclusiones (Ensayo Breve) <u>ENTREGABLE 2</u> <u>STORYTELLING</u> <u>MULTIMEDIA () EN</u> <u>UN ARCHIVO. ZIP CON</u> <u>EL NOMBRE DE LA</u> <u>UNIDAD Y EL</u> <u>NÚMERO DE</u> <u>ACTIVIDAD</u> Formato de entrega:	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Formato del archivo MP4 link de contenido <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL INFORME DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS INNOVADORAS EN LA OPERACIÓN DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO</u> 1) Rigor en la investigación de estrategias innovadoras. 2) Claridad en la presentación del informe ejecutivo. 3) Relevancia y aplicabilidad de las estrategias en el entorno empresarial. 4) Profundidad en el análisis de casos empresariales. Calidad y profesionalismo en la	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		presentación empresaria		
Unidad 3 Los negocios electrónicos y el uso estratégico de las tecnologías de información y comunicación	Actividad 1	LIENZO DE MODELO DE NEGOCIOS PARA NEGOCIO ELECTRÓNICO Elabora el lienzo del Modelo Canvas para el lanzamiento de un innovador negocio electrónico, empleando el formato Canvas en una presentación automatizada. Incluye los siguientes puntos 1) 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.	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/ 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/ 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/	6 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		2) 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. 3) 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. 4) Relaciones con Clientes: Describe cómo establecerás y mantendrás relaciones con tus	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		clientes. Considera aspectos como atención al cliente, soporte técnico y servicios postventa. 5) Fuentes de Ingresos: Detalla las diferentes fuentes de ingresos para tu negocio. Si hay modelos de precios específicos, descríbelos aquí. 6) Recursos Clave: Enumera los recursos clave necesarios para la operación del negocio electrónico. Incluye tecnologías, talento humano, financiamiento, entre otros. 7) Actividades Clave: Identifica las		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		actividades clave que llevará a cabo tu negocio electrónico, Describe los procesos operativos y estratégicos necesarios. 8) Alianzas Estratégicas: Menciona posibles alianzas con otras empresas o entidades. Explica cómo estas alianzas contribuirán al éxito del negocio. 9) Costos: Desglosa los costos asociados con la operación del negocio. Incluye costos fijos, variables y cualquier otro gasto relevante. Utiliza un formato Canvas para presentar	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		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 prefieras. 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. <u>ENTREGABLE LIENZO DE MODELO DE NEGOCIOS PARA NEGOCIO ELECTRÓNICO INCLUYE 9 APARTADOS</u> Formato de entrega:	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

	• Formato del archivo PPT • Portada • Incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA. <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL BUSSINES MODEL CANVAS</u> 1) 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?	
--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		2) 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? 3) 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?	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		4) 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? 5) Diversificación de Fuentes de Ingresos ¿Se identifican y describen claramente las diferentes fuentes de ingresos para el negocio? ¿Hay modelos de precios específicos y estrategias para generar ingresos? 6) Identificación y Descripción de Recursos Clave ¿Los recursos clave necesarios	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		para la operación del negocio están claramente identificados ¿Se abordan aspectos como tecnologías, talento humano y financiamiento? 7) 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? 8) Relevancia y Claridad en las Alianzas Estratégicas ¿Se mencionan posibles alianzas estratégicas y se explica cómo contribuirán al	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		éxito del negocio? ¿La elección de aliados está fundamentada y es relevante? 9) 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? 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?		
	Actividad 2	ANTEPROYECTO DE PROPUESTA DE NEGOCIO ELECTRÓNICO	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/ Rubio, J. M. (2012). Plan de negocio para un proyecto de e-commerce, guía de elaboración. Sugerendo - Omnichannel B2C & B2B e-commerce.	6 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Realiza un anteproyecto para la propuesta de un negocio electrónico en un procesador de textos Fase 1 Conceptualización del Negocio electrónico 1) 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	https://www.sugerendo.com/blog/creacion-de-tiendas-online/plan-de-negocio-para-un-proyecto-de-e-commerce-guia-de-elaboracion/	
--	--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		significativa en el mercado. 2) Realiza un cuadro de análisis FODA del Negocio Electrónico Propuesto a) Fortalezas: Identificar aspectos como tecnologías patentadas, equipo altamente calificado, y recursos financieros sólidos. b) Oportunidades: Analizar oportunidades emergentes en el mercado, como brechas tecnológicas, demandas no satisfechas y alianzas estratégicas.	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		c) Debilidades: Reconocer áreas de mejora, como posibles limitaciones financieras, falta de reconocimiento de marca, etc. d) Amenazas: Evaluar amenazas potenciales, como la competencia intensa, cambios regulatorios y riesgos tecnológicos. Fase 2 Análisis de público objetivo 3) Realiza una descripción y análisis del Consumidor final al que se aspira eso incluye:	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		a) Necesidad o Deseo: Identificar la creciente necesidad o deseo], respaldado por datos de estudios de mercado y tendencias tecnológicas. b) 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	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		únicas de cada grupo. c) 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. d) Perfil del Consumidor: Crear perfiles detallados de los consumidores objetivo, incluyendo sus características sociales, consumo de datos, comportamientos de compra y preferencias tecnológicas. Fase 3 Estrategias de Interacción y	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Experiencia del Consumidor: Elabora un MOCKUP con FIGMA de: a) Plataformas de Interacción: Desarrollar los mockups de la aplicación y/o plataformas interactivas que permitan a los consumidores acceder y experimentar los productos/servicios de manera fácil y efectiva del megocio electrónico propuesto. b) Personalización: Implementar estrategias para personalizar la experiencia del consumidor, adaptando los productos/servicios según las	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		preferencias individuales. c) Canal de Atención al Cliente: Establecer canales de atención al cliente eficientes y amigables, integrando chatbots y sistemas de respuesta rápida. Formato de entrega: • Formato del archivo PDF • LINK del MOCKUP realizado con FIGMA • Portada • (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	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		citación estilo APA. <u>ENTREGABLES:</u> <u>FASE 1</u> <u>CONCEPTUALIZACIÓN</u> <u>DEL NEGOCIO</u> <u>ELECTRÓNICO</u> • <u>DESCRIPCIÓN DE LA NATURALEZA DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO INNOVADOR</u> • <u>CUADRO DE ANÁLISIS FODA DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO PROPUESTO</u> <u>FASE 2 ANÁLISIS DE PÚBLICO OBJETIVO</u> • <u>DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR FINAL AL QUE SE ASPIRA QUE INCLUYE (NECESIDAD O DESEO, SEGMENTACIÓN DE MERCADO</u>	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		<u>ONLINE,</u> <u>ELECCIÓN DE</u> <u>SEGMENTO</u> <u>META, PERFIL DEL</u> <u>CONSUMIDOR)</u> <u>FASE 3 ESTRATEGIAS</u> <u>DE INTERACCIÓN Y</u> <u>EXPERIENCIA DEL</u> <u>CONSUMIDOR</u> • <u>MOCKUP DEL</u> <u>NEGOCIO</u> <u>ELECTRÓNICO</u> <u>PROPUESTO</u> <u>ELABORADO CON</u> <u>FIGMA</u> <u>CRITERIOS DE</u> <u>EVALUACIÓN PARA EL</u> <u>ANTEPROYECTO DE</u> <u>PROPUESTA DE</u> <u>NEGOCIO</u> <u>ELECTRÓNICO</u> Fase 1: Conceptualización del Negocio Electrónico 1. Naturaleza Innovadora ¿La descripción del negocio electrónico refleja claramente su carácter	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		innovador y pionero en el desarrollo de tecnologías revolucionarias? ¿Se destacan soluciones únicas que marcan una diferencia significativa en el mercado? 2. 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? 3. Creatividad y Diferenciación ¿La propuesta demuestra creatividad en la	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		conceptualización del negocio? ¿Se evidencia la diferenciación del negocio respecto a la competencia? 4. Análisis FODA ¿El cuadro de análisis FODA es completo y detallado?, ¿Se identifican claramente las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio? Fase 2: Análisis del Público Objetivo 1. Identificación de Necesidades y Deseos ¿La identificación de la necesidad o deseo del consumidor está respaldada por datos de estudios de mercado y tendencias	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		tecnológicas?, ¿Se presenta de manera convincente la creciente necesidad del público objetivo? 2. 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? 3. Elección de Segmento Meta ¿La elección del segmento de mercado objetivo se basa en análisis de rentabilidad y potencial de crecimiento?, ¿Se justifica de	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		manera sólida la estrategia de focalización? 4. 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? Fase 3: Estrategias de Interacción y Experiencia del Consumidor 1. Plataformas de Interacción ¿Los mockups de las aplicaciones y plataformas son visualmente atractivos y	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		reflejan la facilidad de uso? ¿Se evidencia la coherencia entre las plataformas y la propuesta de valor del negocio? 2. 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? 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?	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Unidad 4 Negocio electrónico en acción	Actividad 1	JUSTIFICACIÓN DE LA OPERACIÓN LOS MODELOS DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO APLICADO AL PROYECTO Elabora la justificación de la operación de los elementos Clave en Negocios Electrónicos en un documento de procesador de textos • Introducción: Breve descripción de Modelos y Elementos Clave en Negocios Electrónicos propuesto • Operación de los Modelos de Negocios Electrónicos Realiza una justificación de cómo va a utilizar tu Negocio Electrónico propuesto cada	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/ 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 Futurite, W. by. (2020). Conoce los 6 tipos de comercio electrónico más utilizados. Blog Futurite. https://futurite.com/blog-marketing-digital/tipos-comercio-electronico-mas-utilizados/	4 pts
---	------------------------------	--	---	--------------

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		uno de los siguientes modelos: • B2B (Business to Business): ¿Cómo planeas implementar relaciones comerciales entre empresas? ¿Cuáles son los beneficios específicos del modelo B2B en tu negocio? • 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? • C2C (Consumer to Consumer): ¿Cómo permitirás	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		que los propios consumidores realicen transacciones entre ellos? ¿Qué medidas tomarás para garantizar la seguridad y confianza en estas transacciones? • 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? • G2B (Government to Business): ¿Cómo integrarás la participación gubernamental en las operaciones comerciales? ¿Qué aspectos	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		regulatorios y de cumplimiento considerarás? • G2C (Government to Consumer): ¿Cómo facilitarás las interacciones entre el gobierno y los consumidores? ¿Qué servicios gubernamentales ofrecerás a través de tu plataforma? • B2G (Business to Government): ¿Cómo estructurarás las relaciones comerciales entre tu empresa y entidades gubernamentales? ¿Qué oportunidades y desafíos prevés en este modelo? • Conclusión: Breve resumen que destaque la importancia y la	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		integración de los modelos de negocio y sus elementos clave en el contexto del Negocio Electrónico <u>ENTREGABLES DE JUSTIFICACIÓN DE LA OPERACIÓN LOS MODELOS DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO</u> • Introducción: • Operación de los Modelos de Negocios Electrónicos que incluye (B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer). C2B (Consumer to Business), G2B (Government to Business). G2C (Government to Consumer), B2G	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		(Business to Government)) • Elabora un Video animado con PowToon • Conclusión: Formato de entrega: • Formato del archivo PDF • Portada • (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. • Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Link del video animado PowToon, bajo el esquema como si fuera una exposición <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA JUSTIFICACIÓN DE LA OPERACIÓN LOS MODELOS DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO</u> • Claridad en la definición de cada modelo. • Aplicabilidad y relevancia para el Negocio Electrónico. • Consideración de beneficios y desafíos específicos		
	Actividad 2	INFORME DE ESTRATEGIAS 5 C'S Y 4F'S DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS	Las 4 F's del marketing digital. (2018). Brandinàmic. https://brandinamic.com/las-4-fs-del-marketing-digital/ Belali, L. (s/f).Las 4 Fs del Marketing Digital y Social Media. Occamagenciadigital.com. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de	4 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Elabora una Noticia o artículo periodístico ficticio, donde presentes como se van a aplicar las estrategias de tu proyecto, como un lanzamiento de marca, que incluya: 1. Introducción 2. Aplique cada una de las 5C's según Vincent Quezada en su proyecto de negocio electrónico : a) Justificación de la importancia de las 5C's aplicadas al proyecto b) Estrategias en Contenido: ¿Cómo planeas estructurar y presentar el contenido en tu plataforma?, ¿Qué tipo de información y recursos	https://www.occamagenciadigital.com/blog/las-4-fs-del-marketing-digital-y-social-media Nava, I. (2016). ¿Conoces las cuatro F del marketing digital? Revista Merca2.0. https://www.merca20.com/conoces-las-cuatro-f-del-marketing-digital/	
--	--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		proporcionarás a los usuarios? c) Estrategias en Colaboración: ¿Qué herramientas y estrategias implementarás para fomentar la colaboración entre usuarios?, ¿Cómo integrarás la colaboración como parte integral de la experiencia del usuario? d) Estrategias en Contexto: ¿Cómo adaptarás tu plataforma para proporcionar un contexto relevante a los usuarios?, ¿Qué consideraciones tomarás en cuenta para la personalización del contenido?		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		e) Estrategias en Comercio: ¿Cómo se llevarán a cabo las transacciones comerciales en tu plataforma?, ¿Qué métodos de pago y procesos de compra implementarás? f) Estrategias en Comunidad: ¿Cómo construirás y mantendrás una comunidad activa en tu plataforma?, ¿Qué incentivos y funciones sociales incorporarás para fomentar la participación? 3. Aplique Marketing Electrónico basada en las 4 F's a su proyecto de Negocios electrónicos	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		a) Descripción de la importancia de la estrategia de marketing electrónico y su conexión con las 4 F's b) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada al Flujo: acciones para generar Tráfico hacia la plataforma. Implementación de tácticas para mantener a los usuarios en un estado de "flujo" mientras interactúan con la plataforma. c) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Funcionalidad: Descripción detallada de cómo la		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		funcionalidad de la plataforma se alinea con las necesidades y preferencias del público objetivo d) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a Feedback: Desarrollo de metodos para recopilar feedback de los usuarios para realizar mejoras continuas en la plataforma. Inclusión de encuestas, análisis de comentarios y otros métodos. e) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Fidelización: Estrategias para construir e implementar	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		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 fidelización. Formato de entrega: • Formato del archivo PDF, del contenido. • Link de la publicación de la nota, blog del proyecto. • Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización <u>ENTREGABLES DE INFORME DE</u>	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		<u>ESTRATEGIAS 5 C'S Y 4F'S DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS</u> 1) Introducción 2) Justificación de la importancia de las 5C's aplicadas al proyecto 3) Estrategias en Contenido 4) Estrategias en Colaboración 5) Estrategias en Contexto 6) Estrategias en Comercio: 7) Estrategias en Comunidad: 8) Descripción de la importancia de la estrategia de marketing electrónico y su conexión con las 4 F's	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		9) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada al Flujo 10) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Funcionalidad 11) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a Feedback 12) Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Fidelización <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE NOTICIA O ARTÍCULO PERIODÍSTICO FICTICIO EN EL BLOG, ESTRATEGIAS 5 C'S Y 4F'S DE LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS</u>	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Descripción clara y detallada de cada apartado • Relevancia y aplicabilidad al contexto del Negocio Electrónico. • Coherencia en la integración de estas C's en la estrategia global. • Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada al Flujo para generar tráfico Constante • Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Funcionalidad alineada con las Necesidades del Público • Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada al Feedback orienta	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		a las Mejoras Continuas Estrategia de Mercadotecnia Electrónica aplicada a la Fidelización acciones para Construir lealtad y programas de Recompensas		
	Actividad 3	INFORME DE OPERACIÓN DE PROCESOS CLAVE DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO Elabora un Sitio web interactivo (blog) que explique cada uno de los siguientes elementos de un negocio virtual: 1. Cartera Virtual: ¿Cómo implementarás y gestionarás las carteras virtuales en tu plataforma? ¿Qué medidas de seguridad y privacidad establecerás?	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/ 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 Futurite, W. by. (2020). Conoce los 6 tipos de comercio electrónico más utilizados. Blog Futurite. https://futurite.com/blog-marketing-digital/tipos-comercio-electronico-mas-utilizados/	4

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		2. Software del Comercio: ¿Qué tipo de software de comercio electrónico utilizarás?, ¿Cómo facilitará la experiencia de compra y transacciones en línea? 3. Software del Banco: ¿Cómo integrarás el software bancario para transacciones seguras?, ¿Qué medidas de seguridad adicionales se implementarán? 4. Autoridad Certificadora: ¿Cuál será el papel de la autoridad certificadora en tu plataforma?, ¿Cómo garantizarás la	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		autenticidad y seguridad de las transacciones? 5. Aplicaciones de gestión y logística ¿De qué manera podría la automatización mejorar la precisión y eficiencia de las operaciones logísticas?, ¿Qué criterios utilizamos para evaluar y seleccionar aplicaciones de gestión y logística?, ¿Qué funcionalidades específicas necesitamos en una aplicación de gestión y logística? 6. Aplicaciones de operación y gestión administrativa del negocio		
--	--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		electrónico ¿Cómo se gestionan actualmente los inventarios y qué problemas se han identificado en este proceso?, ¿Cuáles son los procesos administrativos actuales que podrían beneficiarse de la digitalización?, ¿Qué beneficios específicos se esperan al implementar una aplicación de gestión administrativa para el negocio electrónico?, ¿Qué métricas se utilizarán para medir la eficiencia y efectividad de la aplicación? 7. Conclusión: Breve resumen que	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		destaque la importancia y la integración de los elementos clave en el contexto del Negocio Electrónico <u>ENTREGABLES DE INFORME DE OPERACIÓN DE PROCESOS CLAVE DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO (Sitio web interactivo blog)</u> 1) Cartera Virtual 2) Software del Comercio 3) Software del Banco: 4) Autoridad Certificadora 5) Aplicaciones de gestión y logística 6) Aplicaciones de operación y gestión administrativa 7) Conclusión: Formato de entrega:	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Link del contenido • Incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA. • Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE INFORME DE OPERACIÓN DE PROCESOS CLAVE DE UN NEGOCIO ELECTRÓNICO: Sitio web interactivo blog</u> 1) Claridad en la descripción de cada elemento. 2) Relevancia y aplicación al contexto del Negocio Electrónico.	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Consideración de aspectos de seguridad y privacidad.		
	Actividad 4	CREACIÓN DE UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO SEGÚN VINCENT QUEZADA Realiza un documento tipo Revista digital donde se justifique el desarrollo de las siete etapas del proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, según Vincent Quezada. Que Incluyan: 1) Introducción: Breve descripción de la importancia las siete etapas del proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, según Vincent Quezada. 2) Justificación de la Etapa 1 Decidir hacerlo	Báez, R. A. y Montesano, R. (2018). Creación de negocios de tecnología. Apunte electrónico. Ciudad de México. UNAM. FCA.	17 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Preguntas Pertinentes: ¿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? 3) Justificación de la fase 2 Software de Comercio Electrónico Componentes Esenciales: • Carrito de compras. • Base de datos de productos. • Obtención de información del cliente. • Selección de formas de pago.	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Encriptado de información de crédito. • Sistema de administración de la tienda (back office) • Otros componentes no esenciales pero útiles: • Sistema de búsqueda. • Bases de datos administrables de clientes y de pedidos • Estadísticas. • Capacidad promocional y de descuentos. 4) Justificación Fase 3. Implementación y Diseño • Crear un home page (portada) atractiva para su tienda con espacio para ofertas y	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		promociones actualizables • Definir el modo de navegar a través de ella, quizás utilizando frames (marcos). • Diseñar encabezados para sus páginas (principales categorías). • Creación de botones, viñetas y barras atractivas. 5) Justificación fase 4 Hosting (Colocación de Página) • Selección de un proveedor de hosting confiable. • Garantizar capacidad para transacciones seguras. • Enfoque en el soporte de transmisión segura de	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		información confidencial. 6) Justificación Fase 5. Recibir Pagos en Línea • Implementación de sistemas para recibir pagos en línea de forma segura. 7) Justificación fase 6 Administrar la Tienda • Respuesta efectiva a correos electrónicos. • Procesamiento eficiente de órdenes. • Actualización regular del catálogo de productos. 8) Justificación Fase 7 Promoción • Registro en motores de búsqueda y directorios. • Estrategias de promoción	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		específicas para el sector. • Marketing en newsgroups y por correo electrónico. • Implementación de banners publicitarios. 9) 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	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		aspectos clave en la evaluación 10) Producto mínimo viable de la propuesta desarrollada (PORTAL WEB) <u>ENTREGABLES DE CREACIÓN DE UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO SEGÚN VINCENT QUEZADA</u> 1) Introducción: 2) Justificación de la Etapa 1 Decidir hacerlo 3) Justificación de la fase 2 Software de Comercio Electrónico que incluye (Componentes Esenciales [Carrito de compras, Base de datos de productos, métodos de obtención de información del cliente, Selección de formas de	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		pago, Encriptado de información de crédito, Sistema de administración de la tienda (back office), Sistema de búsqueda, Bases de datos administrables de clientes y de pedidos, Estadísticas, Capacidad promocional y de descuentos] 4) Justificación Fase 3. Implementación y Diseño que incluye [home page, modo de navegación, estilos del portal páginas, Creación de botones] 5) Justificación fase 4 Hosting (Colocación de Página) que incluye [Selección	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		de proveedor de hosting confiable con capacidad para transacciones seguras, Enfoque en el soporte de transmisión] 6) Justificación Fase 5. Recibir Pagos en Línea que incluye [Implementación de sistemas para recibir pagos en línea de forma segura] 7) Justificación fase 6 Administrar la Tienda 8) Justificación Fase 7 Promoción que incluye [Registro en motores de búsqueda y directorios, Estrategias de promoción específicas para el sector, Marketing en newsgroups y	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		por correo electrónico, Implementación de banners publicitarios] 9) Conclusión 10) Producto mínimo viable de la propuesta desarrollada (PORTAL WEB) SITIO DE NEGOCIO ELECTRÓNICO Formato de entrega: • Formato del archivo PDF • Link de la revista digital (flipbook) • Portada • (fuente Arial 12 a espacio 1.5, margen 2.5 Superior-Inferior, 2.5 Izquierdo, Derecho) • Incorpora las fuentes consultadas al calce de tu	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		documento con citación estilo APA. • Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE CREACIÓN DE UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO SEGÚN VINCENT QUEZADA</u> 1) Fase 1 Respuestas claras y fundamentadas a cada pregunta, considerando los factores económicos, de seguridad y de imagen del negocio 2) Fase 2 Identificación clara y explicación de los componentes	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		esenciales y útiles además del reconocimiento de la importancia de la seguridad en la información del cliente 3) Fase 3 Muestra de la propuesta de PMV de implementación y diseño, presentado una interfaz atractiva y funcional. 4) Fase 4 Selección lógica y justificada de un proveedor de hosting y la seguridad en las transacciones 5) Fase 5 Justificación de los métodos seguros de pago en línea. 6) Fase 6 aplicación de las estrategias claras para la administración y	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		atención eficiente al cliente. 7) Fase 7 Estrategias de promoción claras y diversificadas para la visibilidad en línea.		
Unidad 5 Seguridad y protección de la información en negocios electrónicos	Actividad 1	PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO Elabora el plan que incluya: 1. Introducción: Breve descripción de la importancia Plan Tecnológico del Negocio Electrónico 2. Fase 1 Prospectiva Tecnológica a) Identificación de Tendencias: Descripción de las tendencias	Báez, R. A. y Montesano, R. (2018). Creación de negocios de tecnología. Apunte electrónico. Ciudad de México. UNAM. FCA. Seguridad en el Comercio Electrónico: Medidas e Importancia. (2023). Conekta.com; Conekta. https://www.conekta.com/blog/seguridad-comercio-electronico 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). SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. Cecarm.com. Recuperado el 16 de diciembre de 2023, de https://www.cecarm.com/Guia_Seguridad_en_el_comercio_electronico__CECARM.pdf-6559	5 pts

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		tecnológicas emergentes, como inteligencia artificial o blockchain, y su relevancia aplicada al proyecto de negocio. b) Evaluación de Impacto: Análisis de cómo estas tendencias podrían afectar positiva o negativamente a la empresa y proyecto de negocios eléctricos. c) Análisis Interno y Externo Análisis Interno: Evaluación de la infraestructura tecnológica actual, identificando fortalezas y debilidades.		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Análisis Externo: Investigación sobre la competencia y el entorno tecnológico externo para identificar oportunidades y amenazas. 3. Fase 2 Conceptos Clave en Acciones Operativas 4. Plan de Recuperación de Desastres: Plan que establece procesos y procedimientos para recuperarse de eventos que podrían causar interrupciones en el negocio, para garantizar la continuidad del negocio en caso de desastres, respaldando datos críticos y estableciendo		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		protocolos de recuperación. 5. Plan de Contingencia: Estrategias y medidas que se aplican cuando ocurre un evento imprevisto para minimizar el impacto, plan detallado de contingencia para abordar problemas inesperados, como caídas del servidor, asegurando una respuesta rápida y eficaz. 6. COTS (Commercial Off-The-Shelf): Software y/o hardware listo para usar que está disponible comercialmente para el uso en el Negocio	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Tecnológico en funciones estándar, (software de productividad, optimización de costos y tiempo de implementación) 7. Solución Tecnológica: enlistar las soluciones tecnológicas integrales para gestionar procesos específicos y solución de problemas de una necesidad empresarial. (Ejemplo sistema de gestión de relaciones con el cliente (CRM)). 8. Implementación: Descripción de los procesos para llevar a cabo una solución o sistema	
--	--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		en un entorno operativo, para la puesta en marcha de las soluciones tecnológicas planificadas, asegurando una transición suave y efectiva. 9. Soporte: plan de acción para la provisión de asistencia técnica continua para mantener y solucionar problemas en las soluciones tecnológicas para el cliente final, etapas para establecer un servicio de soporte eficiente para garantizar la disponibilidad y funcionalidad continua de las operaciones del negocio implementadas.	
--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		10. Mantenimiento Preventivo: Descripción de las actividades planificadas para prevenir problemas futuros en sistemas o soluciones tecnológicas en las rutinas regulares de mantenimiento preventivo para prevenir posibles fallas en la infraestructura tecnológica orientada a los procesos del negocio. 11. Mantenimiento Correctivo, acciones de corrección de problemas o fallas ya existentes en sistemas o soluciones tecnológicas en		
--	--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		los procesos del negocio, por medio de procedimientos rápidos y eficientes para abordar cualquier problema técnico de manera oportuna y minimizar el tiempo de inactividad. 12. 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.		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

	<u>ENTREGABLES PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO</u> 1. Introducción 2. Fase 1 - Prospectiva Tecnológica que incluye [Identificación de Tendencias tecnológicas emergentes, como inteligencia artificial o blockchain, Evaluación de Impacto, Análisis Interno: Evaluación de la infraestructura tecnológica, Análisis Externo: competencia y el entorno tecnológico]	
--	---	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		3. Fase 2 Conceptos Clave en Acciones Operativas que incluye [Plan de Recuperación de Desastres, Plan de Contingencia, COTS (Commercial Off- The-Shelf), Solución Tecnológica, implementación, Soporte, Mantenimiento Preventivo, Mantenimiento Correctivo] 4. Resumen Formato de entrega: • Formato del archivo PDF • Portada • (fuente Arial 12 a espacio 1.5, margen 2.5 Superior-Inferior, 2.5 Izquierdo, Derecho)		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		• Incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA. • Criterios Adicionales: La ortografía, coherencia en la presentación y organización <u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO</u> • Introducción Claridad, Precisión, Contexto y Relevancia • Fase 1 Prospectiva Tecnológica: Identificación Precisa,		
--	--	---	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Relevancia, Evidencia y Ejemplos • Evaluación de Impacto, Análisis Detallado, Positivos y Negativos • Análisis Interno: Evaluación de la Infraestructura Tecnológica y Recomendaciones • Análisis Externo: Competencia y Entorno Tecnológico, Análisis Competitivo y Entorno Tecnológico Fase 2 Conceptos Clave en Acciones Operativas Plan de Recuperación de Desastres, Periodicidad de Revisión, Plan de Contingencia, Responsabilidades, COTS (Commercial Off-The-Shelf, Evaluación de		
--	--	--	--	--

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

		Productos, Solución Tecnológica, Implementación, Soporte, Mantenimiento Preventivo y Correctivo		
Ponderación total				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:

- Exámenes Parciales:**

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación, si las entregas durante la aplicación del examen se consideran extemporáneas**. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
1ro.	1,2,3,4,5	30%

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

• **Global. Examen más requisito**

Valor examen	Valor requisito	Apertura de requisito en plataforma	Entrega de requisito en plataforma	Aplicación de global
80 %	20 %	28 de mayo de 2025	3, 4 y 5 de junio de 2025	6,7 y del 9 al 12 de junio de 2025

Requisito del examen global anteproyecto de creación de un sitio de comercio electrónico

Justificar detalladamente el desarrollo de las siete etapas del proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, según Vincent Quezada, y proponer un producto mínimo viable (PMV) que represente la implementación inicial del portal web.

Contenido y Estructura del Anteproyecto

El documento deberá incluir los siguientes apartados:

1. **Introducción.** -Breve descripción de la importancia de las siete etapas en el proceso de creación de un sitio de comercio electrónico, basadas en el modelo de Vincent Quezada.
2. **Desarrollo del Anteproyecto** Justificación de cada una de las etapas planteadas:
 - Etapas 1: Decidir hacerlo** Argumentar los factores económicos, de seguridad y de imagen del negocio que sustentan.
 - Etapas 2: Software de Comercio Electrónico** Explicar los componentes esenciales del software, destacando la importancia de la seguridad en la información del cliente.
 - Etapas 3: Implementación y Diseño** Propuesta del diseño inicial, detallando cómo se asegura una interfaz atractiva y funcional (adjuntar capturas o esquemas del PMV).
 - Etapas 4: Hosting (Colocación de Página)** Seleccionar un proveedor de hosting, considerando aspectos de seguridad en transacciones y estabilidad técnica.
 - Etapas 5: Recibir Pagos en Línea** Explicar los métodos seguros para procesar pagos en línea y cómo garantizan la confianza.
 - Etapas 6: Administrar la Tienda** Describir estrategias y herramientas para la gestión eficiente de productos y atención al cliente.
 - Etapas 7: Promoción** Proponer estrategias diversificadas para aumentar la visibilidad del sitio en línea (SEO, redes sociales)
3. **Conclusión** Reflexión sobre la importancia de integrar cada una de las etapas para garantizar el éxito del sitio de comercio electrónico y las recomendaciones finales para su implementación.
4. **Producto Mínimo Viable (PMV):** Adjuntar evidencia del portal web propuesto (capturas de pantalla, enlace de prueba, maqueta funcional o simulación) también detallar las principales funcionalidades y cómo se integran con las etapas justificadas.

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Formato de Entrega

1. **Formato del Documento:** Extensión máxima: 10 páginas (sin incluir anexos). | Tipo de letra: Arial, tamaño 12. | Interlineado: 1.5. | Márgenes: 2.5 cm por cada lado. | Formato del archivo: PDF.
2. **Especificaciones Técnicas del PMV**
 - Si el PMV incluye un enlace funcional, incluirlo en el documento y verificar su funcionamiento antes de enviarlo.
 - Si se presenta una maqueta, adjuntar capturas claras y explicativas en alta resolución.
3. **Entrega Electrónica**
 - El archivo deberá ser enviado en las fechas establecidas por la Coordinación de la Modalidad Abierta.
 - Nombrar el archivo como: Anteproyecto_NombreCompleto_Grupo.pdf.

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	57 %
Actividades colaborativas	03 %
Exámenes parciales	30 %
Otro	10 %
Total	100 %

Criterio OTROS | **Presentación del proyecto en la Expo Muestra Emprendedora 2025-2**

Requisitos generales:

Fecha y lugar: | Día: 19 de mayo de 2025 | Hora: 17:00 hrs | **Ubicación:** Instalaciones del SUAYED, espacio asignado.

Evaluación:

1. **Documento del plan operativo del negocio electrónico** (unidad 4, actividad 4): 30%.
2. **Presentación del plan operativo del negocio electrónico (presentación automatizada)** 20%.
3. **Prototipo del proyecto o servicio:** 50%.
 - Presenta un **prototipo funcional del sitio web** o herramienta digital.
 - Incluye un **código qr** que dirija al portal web o prototipo funcional del proyecto.
 - El prototipo debe ser navegable y representar adecuadamente la propuesta de valor.

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

Escala de evaluación:

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

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

FUNCIONES DEL ASESOR

Por apoyar tu proceso de aprendizaje autónomo, el asesor tiene las siguientes funciones:

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 su obligación facilitarte: copias, libros, 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
Polanco Moreno Juan Jose	jpolanco@docencia.fca.unam.mx

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