Universidad Nacional de Quilmes

Fundamentos de Comercio Electrónico

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

PERTENECIENTE AL NÚCLEO GENERAL DE LICENCIATURA

PRIMER SEMESTRE DE 2005

CARGA HORARIA: 5 horas semanales.

MODALIDAD DE CURSADA: Semi-presencial

TIPO DE CURSO: Teórico-Práctico.

HORARIOS: Miércoles de 17:30 a 20:00 y jueves a partir de las 13hs en modalidad virtual.

PROFESOR A CARGO: Lic. Gustavo Sebastián Torre (storre@unq.edu.ar)

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso examinará el impacto de las nuevas tecnologías de la información en los métodos tradicionales de conducir negocios. Explorará sus usos actuales y futuros para la venta de productos y servicios en diferentes sectores industriales y además intentará demostrar la utilidad de Internet como una herramienta de negocios que mejora la eficiencia de los procesos, la comunicación y la competitividad empresarial.

OBJETIVOS PERSEGUIDOS

- Exponer y clarificar los principios tecnológicos fundamentales sobre los que se basa la actual Sociedad.
- Poner en evidencia la magnitud del fenómeno a través de claros ejemplos y datos estadísticos actuales.
- Estimular la creatividad en el uso inteligente de herramientas de comercio electrónico para desarrollar y apoyar nuevos negocios.
- Acercar al estudiante los conceptos estratégicos que ponen en práctica las empresas referentes del sector tecnológico.
- Formar criterios de decisión a la hora de implementar proyectos de comercio electrónico.
- Educar al estudiante en el uso inteligente de las herramientas tecnológicas para lograr obtener información de negocios.

ANTECEDENTES ACADÉMICOS DEL CURSO

Los contenidos de este curso están aprobados y vigentes en seminarios de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, el Centro Universitario Regional de Junín y la Maestría en Derecho, Ciencia y Tecnologías de la Información co-titulada por la Universidad del Museo Social Argentino y la Universidad de Burgos.

DESTINADO A

- Alumnos de la carrera de Comercio Internacional
- Alumnos de la carrera de Hotelería y Turismo

CONOCIMIENTOS PREVIOS NECESARIOS

Para el correcto desarrollo de la cursada, las actividades prácticas y el trabajo integrador final, serán necesarios (situación óptima-ideal) los siguientes conocimientos previos:

- Utilización de navegadores de Internet.
- Manejo de buscadores de Internet
- Conocimientos básicos de desarrollo de sitios de Internet (no excluyente)
- Utilización de procesadores de texto y planillas de cálculo.
- Uso de administradores de archivos (como el Explorador de Windows)
- Dominio del Inglés técnico (Gran parte de la información en Internet se encuentra en dicho idioma, por lo cual se hace imprescindible conocimientos básicos del mismo. Además parte de la documentación del curso se entregará en inglés.)

MÉTODO DE ENSEÑANZA

El curso se compone de 17 clases expositivas de 2:30 horas de duración, una vez a la semana. Se incentivará a los alumnos a utilizar herramientas informáticas a través de tareas prácticas.

Los recursos a utilizarse incluyen:

- El Campus Virtual de la Universidad Nacional de Quilmes.
- Uso del correo electrónico.
- Herramientas de presentación multimedia.
- Material didáctico elaborado especialmente por el profesor para ser entregado a los alumnos del curso.

MÉTODO DE EVALUACIÓN

Para el curso regular

La evaluación se realizará por medio de **actividades prácticas obligatorias** (virtuales, escritas u orales) y la presentación de un **trabajo final integrador (individual o grupal)**.

El **trabajo final integrador** consistirá en el desarrollo de un proyecto de Internet basado en una empresa real que no tenga una presencia en la Web de forma profesional. Será elaborado a lo largo de todo el curso realizándose presentaciones parciales para evaluar la evolución del trabajo. El alcance se limitará a aquellos puntos en los que puedan aplicarse específicamente los contenidos explicados.

Durante la cursada se pondrá a disposición de los alumnos un modelo de **Plan de Negocios**, a los efectos de servir de guía para el desarrollo del trabajo final integrador.

Una semana posterior a la fecha de entrega del trabajo final , se realizará la defensa oral del mismo.

Cada grupo realizará una presentación multimedia en soporte digital, a los fines de exponer al curso y otros asistentes, los detalles de su propuesta.

Dispondrá de 20 minutos para la presentación, incluidas las preguntas sobre cuestiones referidas al proyecto.

Se sugiere una extensión de 10 a 15 diapositivas, en función del tiempo asignado.

BIBLIOGRAFÍA A UTILIZAR:

Obligatoria

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulos 1, 5, 6, 9,10, 15, 16. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Rosenoer, Jonathan, Armstrong, Douglas y Gates, Russel, *La empresa Clickeable*, Granica, 2000.

Optativa

- Nelly, Kevin, *Las nuevas reglas para la nueva economía*, Granica, 1999.
- Davis, Jack y Merrit, Susan, *Diseño de páginas web*, Anaya Multimedia, 1999.
- Veloso, Claudio, *Producción y edición de contenidos online*, Prentice Hall, 2001.
- Negroponte, Nicholas, *Ser digital*, Editorial Atlántida, 1995.

Para cada uno de los módulos del curso existirá bibliografía obligatoria y opcional. Se tratará en principio de trabajar con los "Papers" que más se ajusten a los contenidos de cada uno de los temas a abordar. Asimismo se ofrecerán investigaciones que no tengan mas de un año de realizadas, salvo el caso específico de algunos temas cuya comprensión requiere de conocimientos ya publicados en libros o artículos de reconocida calidad.

Los artículos correspondientes a la bibliografía, tanto obligatoria como opcional, estarán disponibles en el Campus de la Universidad para consulta y utilización por parte de los alumnos durante el dictado del curso.

Los alumnos que deseen rendir libre la materia, deberán solicitar los artículos de estudio por correo electrónico al profesor del curso.

DURACIÓN DE LA CURSADA

- 17 clases presenciales, a partir del 10/03 y hasta el 14/07.
- 17 encuentros virtuales en donde se presentarán actividades y contenidos del curso.

Universidad Nacional de Quilmes

FOLIO 4

PROGRAMA DE ESTUDIO DEL CURSO

Módulo 1: HACIA UNA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Objetivo: Contextualizar el profundo cambio cultural y tecnológico que provocan las nuevas tecnologías y explicar el nuevo orden social que nace como consecuencia de su aparición.

Contenido: Análisis de la situación actual: cambio generalizado. Sociedad de la Información: definición. Usuarios, infraestructuras y contenidos. Entorno: economía, legislación, empleo, cultura y actitudes. El conocimiento como factor de éxito. Impacto de la gestión del conocimiento en las organizaciones. De la sociedad red actual a la sociedad de la información o del conocimiento. Hacia nuevos paradigmas en docencia e investigación.

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 1. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Cornella, Alfons, *"La infoestructura"*, ESADE, Barcelona, 1998.
- Torre, Sebastián, *"Sociedad de la Información"*, Clase de la semana.

Módulo 2: TECNOLOGIAS DE INTERNET

Objetivo: Entender los conceptos tecnológicos subyacentes a la sociedad de la información y conocer los elementos que componen la gran red informática que es Internet.

Contenido: Introducción a las redes. Topologías físicas y lógicas. Telecomunicaciones y sistemas de interconexión de redes. Protocolos de comunicación. Diferentes tipos de redes: LAN, MAN y WAN. Como se integran a la gran red de redes. Internet: definición, elementos, tecnologías. Historia de Internet. Principales usos de la red en su origen. Servicios de Internet.

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 9. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Peralta, Raúl y Bellingi, Guillermo, *"Internet, Comercio Electrónico y Economía"*, UNLP, La Plata, 2001.
- Cerf, Vinton, *"Internet en el siglo XXI: la ola imparable"*, UOC, 2001.
- Torre, Sebastián, *"Internet"*, Clase de la semana.

Módulo 3: PRESENCIA EN LA WEB

Objetivo: Dominar los conceptos básicos para crear un sitio en Internet y promocionarlo para lograr visitas recurrentes.

Contenido: Dominios en Internet, registración y creación de barreras de entrada. Selección de servidores de Internet. Etapas del diseño y el desarrollo del sitio Web, factores a considerar. Usabilidad. Del contenido al e-Commerce. Prueba, revisión y corrección del contenido

FOLIO 5

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 2. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Presencia en Internet"*, Clase de la semana.

Módulo 4: BUSQUEDA DE INFORMACIÓN EN LA WEB

Objetivo: Aprender a dominar las herramientas de búsqueda de información y posicionamiento de sitios en Internet.

Contenido: Los motores de búsqueda en Internet. Como funcionan. Su importancia estratégica en la utilización de la Red y la promoción del sitio Web de la empresa. Alternativas para dar de alta el nuevo sitio en los buscadores. Como seleccionar las palabras clave. Diferencia entre buscadores y metabuscadores.

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 6. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Buscadores de Internet"*, Clase de la semana.

Módulo 5: COMERCIO ELECTRONICO

Objetivo: Conocer en profundidad en que consiste esta nueva modalidad de comercio, imprescindible para la creación de negocios en el nuevo marco digital, y establecer las diferencias básicas con el comercio tradicional.

Contenido: Introducción al Comercio Electrónico: que es y como surge. Diferencias con el comercio tradicional. La red Internet como soporte al Comercio Electrónico. Tendencias mundiales y casos Latinoamericanos. Estudio de sistemas transaccionales de Comercio Electrónico. Perspectivas de los modelos actuales.

Bibliografía:

- Rosenoer, Jonathan, Armstrong, Douglas y Gates, Russel,*"La empresa Clickeable"*, Capítulo 1, Granica, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Comercio electrónico"*, Clase de la semana.

Módulo 6: MODELOS DE NEGOCIOS

Objetivo: Comprender las diferentes tipos de negocios existentes en la red clasificados de acuerdo a sus características tecnológicas.

Contenido: Definición de modelos de negocios. Clasificaciones: de acuerdo a la naturaleza de los productos, al tipo de empresa o a las relaciones entre los participantes. Actores y tipos de Comercio Electrónico: Gobierno, Empresas y Consumidores. Tipologías de empresas frente al comercio electrónico.

Bibliografía:

- Torre, Sebastián, *"Modelos de negocios"*, Clase de la semana.

Módulo 7: MERCADOS DIGITALES: COMERCIO ENTRE EMPRESAS B2B

Objetivo: Aprender sobre los nuevos mercados electrónicos que se crean para que las empresas realicen negocios y cual es su lógica de funcionamiento.

Contenido: Business to Business: concepto, categorización. Modelo de e-company. ¿Que es un e-marketplace? Beneficios para los participantes. Comparación con el mercado tradicional y diferentes tipos de mercados digitales. Tendencias mundiales y desafíos de los e-marketplaces.

Bibliografía:

- Torre, Sebastián, *"Negocios B2B"*, Clase de la semana.

Módulo 8: MARKETING EN INTERNET

Objetivo: Manejar el nuevo lenguaje comunicacional de Internet para difundir y promocionar productos y servicios tanto físicos como digitales.

Contenido: Publicidad: concepto y usos. Medios de comunicación masivos. Tipos de marketing on-line. Diseño de campañas publicitarias: Ad-serving. Marketing one-to-one (De las masas al individuo). Personalización del mensaje por medio de la tecnología. Concepto de Datamining y fidelización de clientes. Customer Relationship Management (CRM).

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 5. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Marketing on-line"*, Clase de la semana.

Módulo 9: TELETRABAJO

Objetivos: Comprender que significa el concepto de Teletrabajo y definir los requerimientos básicos para lograrlo, así como también su impacto social y económico.

Contenido: Breve historia del Teletrabajo. Definición. Ventajas y desventajas para la empresa, para el trabajador y para la sociedad. Teletrabajo y empresa virtual: nuevas formas flexibles de organizar el trabajo. Sectores y profesiones relacionadas. El perfil del emprendedor y del Teletrabajador.

Bibliografía:

- Torre, Sebastián, *"Teletrabajo"*, Clase de la semana.

Módulo 10: LOGISTICA DE PRODUCTOS

Objetivos: Comprender las técnicas y modelos existentes de distribución de productos tanto físicos como digitales en la nueva economía.

Contenido: Logística de distribución de productos y servicios en e-commerce. Distribución de productos digitalizables. Alianzas con empresas de logística. Procesos de back-office. Procesos de monitoreo de comportamiento de clientes, proveedores, comercios y/o empresas dentro de la cadena de valor.

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 7. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Rosenoer, Jonathan, Armstrong, Douglas y Gates, Russel,*"La empresa Clickeable"*, Capítulo 5, Granica, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Logística de productos"*, Clase de la semana.

Módulo 11: SEGURIDAD EN INTERNET

Objetivos: Conocer los riesgos y amenazas a los que están expuestas las empresas y sus clientes cuando deciden montar un sitio Web de Comercio Electrónico.

Contenido: Seguridad de los datos de los clientes y de las transacciones online. Importancia de establecer políticas de seguridad. La seguridad del sitio Web. Posibles puntos críticos. Las Cookies. Políticas de Privacidad. Fraude electrónico. Ataques informáticos. Hackers & Crackers. Estudios de casos reales.

Bibliografía:

- Amor, Daniel, *La (R)evolución de-Business*, Capítulo 10. Prentice Hall, Buenos Aires, 2000.
- Torre, Sebastián, *"Seguridad on-line"*, Clase de la semana.
- Sitio en Internet, *"www.seguridadenlaweb.org"*