

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**LICENCIATURA EN CIENCIAS INFORMÁTICAS**  
**PLAN 2009**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

**I. - IDENTIFICACIÓN**

- |                                    |                    |
|------------------------------------|--------------------|
| 1. Asignatura                      | : Administración V |
| 2. Grupo                           | : Siete            |
| 3. Horas semanales                 | : 5 horas          |
| 3.1. Clases teóricas               | : 3 horas          |
| 3.2. Clases prácticas              | : 2 horas          |
| 4. Total real de horas disponibles | : 90 horas         |
| 4.1. Total de Clases teóricas      | : 54 horas         |
| 4.2. Total de clases práctica      | s: 36 horas        |

**II. - JUSTIFICACIÓN**

Aprender a identificar aquellos procesos de negociación, que las de empresas pueden realizar de manera más eficaz valiéndose del uso de Internet; teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se propone en esta cátedra, desarrollar conceptos relacionados al e-business y a los distintos modelos de negocios planteados por la misma, sentando las bases para su posterior incorporación al plan de negocios de una empresa.

**III. - OBJETIVOS**

1. Conocer teorías, principios, metodologías y herramientas para crear un e-business.
2. Demostrar el uso de la Tecnología Internet para crear redes privadas dentro de la organización y entre organizaciones y el uso de tales redes en los negocios electrónicos.
3. Comprender y aplicar técnicas de Marketing que permitan ampliar el volumen de ventas en los negocios.

**IV. - PRE - REQUISITO**

- Administración IV

**V. - CONTENIDO**

**5.1. Unidades programáticas**

1. Los negocios por Internet
2. Como preparar los negocios on-line
3. Componentes claves de los negocios: web, buscadores, portales y sitios.
4. Estrategias de marketing en la web
5. Tecnología e-business
6. Seguridad en Internet
7. Tipología básica BtoB: empresa a empresa; BtoC: empresa a consumidores; CtoB: Consumidor a empresa; y CtoC consumidor a consumidores.
8. Comunidad: concepto, la comunidades de negocios
9. Aspectos claves en el e-business: pagos y logística de distribución
10. Evolución del e-business y perspectivas

**5.2. Desarrollo de las unidades programáticas**

1. Los negocios por Internet
  - 1.1. Definición de e-business
  - 1.2. Motivos para iniciar un negocio por Internet
  - 1.3. Diversificar las categorías del e-business
  - 1.4. Nuevos paradigmas del e-business
2. Como preparar los negocios on-line
  - 2.1. Análisis de competencia ala en Internet
  - 2.2. El cuarto canal de compra
  - 2.3. Paradigmas de a nueva economía
  - 2.4. Reingeniería de procesos de negocios
  - 2.5. Diseños, desarrollo e implementación de sistemas
3. Componentes claves del negocios
  - 3.1. Motores de búsquedas
  - 3.2. Búsquedas en Internet
  - 3.3. Agentes inteligentes
  - 3.4. Portales, nuevos megasitios web de todo en uno
4. Estrategias de marketing en la web
  - 4.1. Tecnologías de marketing en Internet
  - 4.2. Sociedades virtuales

- 4.3. Promoción del e-business
- 4.4. Mediciones en on-line
5. Tecnología e-business
  - 5.1. Navegador adecuado
  - 5.2. Web y servidores dinámicos
  - 5.3. Servidores de aplicación web
  - 5.4. Plui.is y javaScrp
  - 5.5. Seguridad en Internet
6. Tipología básica
  - 6.1. BtoB: empresa a empresa
  - 6.2. BtoC: empresa a consumidores
  - 6.3. CtoB: Consumidor a empresa
  - 6.4. CtoC consumidor a consumidores.
7. Comunidad
  - 7.1. conceptos y la comunidades virtuales de negocios
  - 7.2. Primeras comunidades web
  - 7.3. Consolidación de la comunidad web
  - 7.4. Cibercomunidades
  - 7.5. Experiencias de comunicación interactiva
8. Aspectos claves en el e-business: pagos y logística de distribución
  - 8.1. Sistema de pagos: dinero electrónico, Tarjetas de debito y crédito, Carteras electrónicas, tarjetas de valor
  - 8.2. Comparación de las tecnologías de pago.
  - 8.3. El futuro de los pagos.
9. Proyecto y Planeación de los negocios electrónicos
  - 9.1. Traducir en acción la estrategia de e-business
  - 9.2. Pasos de planeación del proyecto e-business
  - 9.3. Identificación de los objetivos y vinculación
10. Evolución del e-business y perspectivas
  - 10.1. Análisis el futuro de los negocios
  - 10.2. El impacto de la sociedad

## VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

El desarrollo de las clases del curso se desarrollará con contenidos teóricos y prácticos. Los conceptos y tópicos contenidos en el programa de estudios de la materia serán explicados por el profesor en clases y a continuación se expondrá ejemplos o casos prácticos relacionados con el tema en cuestión y que serán resueltos por los alumnos ya sea en forma individual o grupal.

. Los estudiantes deberán desarrollar como proyecto final un sitio e-business que deberá ser entregado y defendido

## VII.- I MEDIOS AUXILIARES

- 1.
2. Notebook
3. Equipo multimedia
4. Diagramas en fotocopias entregados, al inicio de cada clase.

## VIII.- EVALUACIÓN

Acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica.

## IX.- BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- DANIEL AMOR  
Las (R)evolución E-Business  
Editorial: Prentice Hall
- KENNETH C. LAUDON – JANE P.LAUDON  
Sistemas de Información Gerencial  
6ta Edición - Editorial: Prentice may

### Complementaria

- Del Barrio, L. Negocios: las 10 claves para hacer Negocios con éxito y vender más en Internet / L Barrios Del.. - - Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- Schneider, Gary. Comercio electrónico / Gary Schneider.- - 3a ed. - - México: Thomson.
- Tapscott, Don. La era de los negocios electrónicos / Don Tapscott. - - Santa fe de Bogotá: Mcgraw hill
- Kalakota, Ravi. Del e-commerce al e-business : el siguiente paso /Ravi Kalakota, Marcia Robinson. - - México: Pearson Educación.
- Hurley, B . Como hacer negocios en Internet / B. Hurley, P. Birkwood. - - 2da edición.- - Madrid: Deusto.
- Price Waterhouse Coopers. (2000). Internet. Todas las claves para navegar y hacer negocios en la red: mas de 1800 páginas Web. Madrid. El País.
- Del Águila, A. Comercio electrónico y estrategia empresarial hacia la economía digital / A. Aguila Del. Ra-Ma. Madrid
- De la Rica, E. (2000). Marketing en Internet y E-Bussines. Guía Práctica para usuario. Madrid. Anaya.
- Sánchez Navarro, F. (2000) Internet en la Empresa. Guía práctica para usuario. Madrid. Anaya.
- Cook, D. y Sellers, D. (1997). Inicie su negocio en la Web. México. QUE.