

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN**  
**FACULTAD POLITÉCNICA**  
**INGENIERÍA EN SISTEMAS DE PRODUCCIÓN**  
**PLAN 2009**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

Resolución N° 19/16/46-00 Acta N° 1057/19/08/2019 - ANEXO 02

**I. - IDENTIFICACIÓN**

- |                                    |                              |
|------------------------------------|------------------------------|
| 1. Asignatura                      | : Electiva VIII – E-Business |
| 2. Nivel                           | : Ocho                       |
| 3. Horas semanales                 | : 5 horas                    |
| Clases teóricas                    | : 5 horas                    |
| 4. Total real de horas disponibles | : 85 horas                   |
| Clases teóricas                    | : 85 horas                   |

**II. - JUSTIFICACIÓN**

Aprender a identificar aquellos procesos de negociación, que las 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**

180 créditos en asignaturas obligatorias y 30 créditos en, electivas.

**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 débito 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 estudiantes ya sea en forma individual o grupal. El profesor hace usos de materiales tales como el pizarrón, transparencias en el Retroproyector o Presentación a través de Proyector. Los estudiantes deberán desarrollar como proyecto final un sitio e-business que deberá ser entregado y defendido en fecha fijada por el profesor.

## VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Notebook y proyector.
2. Diagramas en fotocopias, entregados al estudiante, al inicio de cada clase.

## VIII. - EVALUACIÓN

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

## IX. - BIBLIOGRAFÍA

- Adler, R. B. & Marquardt Elmhorst, J. (2005). *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*. (8° Ed.). México: McGraw-Hill.
- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2001). *El emprendedor de éxito: guía de planes de negocios*. (2° Ed.). México: McGraw-Hill.
- Amor, D. (2000). *La (R)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Buenos Aires: Prentice Hall
- Balanko Dickson, G. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGraw-Hill.
- Bovéda, J. E., Oviedo, A. & Yakusik S. & Luba, A. (2015). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio*. San Lorenzo: INCUNA- JICA.
- Bracho Fleitas, V. R. (2017). *Plan de negocios: una guía práctica para emprender con éxito*. Asunción: Ediciones y Arte S.R.L.
- Caridad Sebastián, M. (2001). *Teletrabajo y comercio electrónico en la sociedad de la información*. Madrid: Mercedes Caridad Sebastián.
- Cohen Karen, D. & Asin Lares, E. (2014). *Tecnologías de la información: estrategias y transformación en los negocios*. (6° Ed.). México: McGraw Hill Education.
- Conectiva (2001). *E-commerce con Linux: guía de comercio electrónico*. Bogotá: Prentice Hall.
- Cuadrado Esclapez, C. (2009). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid: FC Editorial
- Hartman, L. P., Desjardins, J., Espinoza, F. A. (2014). *Ética en los negocios: decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. (2° Ed.). México: McGraw Hill Education.
- Kastika, E. (2003). *Introducción a la creatividad: 30 recomendaciones para innovar en los negocios*. Buenos Aires: INNOVAR.
- Martínez Valverde, J. F. & Rojas Ruiz, F. (2016). *Comercio electrónico*. Madrid: Paraninfo.
- Ohmae, K. (2007). *La mente del estratega: el arte de Japón en el mundo de los negocios*. Madrid: McGraw-Hill
- Southon, M. & West, C. (2003). *La estrategia en el posavasos: o cómo convertir una buena idea en un gran negocio*. Madrid: Pearson Educación.
- Tomsen, M. I. (2000). *Contenidos web: estrategias para comercio electrónico y creación de contenidos*. Madrid: Prentice Hall.
- Zikmund, W. G. & D'amico, M. (2002). *Marketing: crear y mantener clientes en un mundo de comercio-e*. (7° Ed.). México: Thomson Learning.
- Zoellick, B. (2000). *Web engagement: connecting to customers in e-business*. Boston: Addison Wesley

