

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
INGENIERIA EN INFORMATICA
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

I. - IDENTIFICACIÓN

1.	Asignatura	: Optativa I – E-Business
2.	Semestre	: Séptimo
3.	Horas semanales	: 4 horas
4.	Clases teóricas	: 4 horas
5.	Clases prácticas	: -----
6.	Total real de horas disponibles	: 64 horas
7.	Clases teóricas	: 64 horas
8.	Clases prácticas	: -----

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, se propone en esta asignatura, 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

No tiene

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. Plu.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. El profesor hace usos de materiales tales como el pizarrón, transparencias en el Retroproyector o Presentación a través de Proyector. Los alumnos 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 alumno, al inicio de cada clase.

VIII. - EVALUACIÓN

La evaluación estará basada acorde al reglamento vigente.

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

X. - BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Del Barrio, L. (1998) Negocios – Las 10 claves para hacer Negocios con éxito y vender más en Internet. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- Schneider, Gary (2004) Comercio electrónico. 3a ed. México: Thomson.
- Tapscott, Don (1999) La era de los negocios electrónicos. Santa fe de Bogotá: Mcgraw hill
- Kalakota, Ravi % Robinson, Marcia (2001) Del e-commerce al e-business : el siguiente paso. México: Pearson Educación.
- Hurley, B y Birkwood P. (1997) Como hacer negocios en Internet. 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. (2000). Comercio electrónico y estrategia empresarial hacia la economía digital. 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.