

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

Resolución 25/07/09-00 Acta 1215/07/04/2025
ANEXO 05

I. - IDENTIFICACIÓN

- | | | |
|----|---------------------------------|--|
| 1. | Asignatura | : Optativa – E-Business |
| 2. | Semestre | : Según la alternativa en la que se inscribe el estudiante |
| 3. | Horas semanales | : 4 horas |
| 4. | Clases teóricas | : 4 horas |
| 5. | Total real de horas disponibles | : 64 horas |
| 6. | Clases teóricas | : 64 horas |

II. - JUSTIFICACIÓN

Aprender a identificar aquellos procesos de negociación, que se 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 a 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

- 3.1. Conocer teorías, principios, metodologías y herramientas para crear un e-business.
- 3.2. 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.
- 3.3. Comprender y aplicar técnicas de Marketing que permitan ampliar el volumen de ventas en los negocios.

IV. - PRE – REQUISITO

- 4.1. No tiene

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

- 5.1.1. Los negocios por Internet
- 5.1.2. Como preparar los negocios online
- 5.1.3. Componentes claves de los negocios: web, buscadores, portales y sitios.
- 5.1.4. Estrategias de marketing en la web
- 5.1.5. Tecnología e-business
- 5.1.6. Seguridad en Internet
- 5.1.7. Tipología básica BtoB: empresa a empresa; BtoC: empresa a consumidores; CtoB: Consumidor a empresa; y CtoC consumidor a consumidores.
- 5.1.8. Comunidad: concepto, la comunidad es de negocios
- 5.1.9. Aspectos claves en el e-business :pagos y logística de distribución
- 5.1.10. Evolución del e-business y perspectivas

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

- 5.2.1. Los negocios por Internet
 - 5.2.1.1. Definición de e-business
 - 5.2.1.2. Motivos para iniciar un negocio por Internet
 - 5.2.1.3. Diversificar las categorías del e-business
 - 5.2.1.4. Nuevos paradigmas del e-business
- 5.2.2. Como preparar los negocios on-line
 - 5.2.2.1. Análisis de competencia a la en Internet
 - 5.2.2.2. El cuarto canal de compra
 - 5.2.2.3. Paradigmas de la nueva economía
 - 5.2.2.4. Reingeniería de procesos de negocios
 - 5.2.2.5. Diseños, desarrollo e implementación de sistemas
- 5.2.3. Componentes claves de negocios
 - 5.2.3.1. Motores de búsquedas



- 5.2.3.2. Búsquedas en Internet
- 5.2.3.3. Agentes inteligentes
- 5.2.3.4. Portal es, nuevos mega sitios web de todo en uno
- 5.2.4. **Estrategias de marketing en la web**
 - 5.2.4.1. Tecnologías de marketing en Internet
 - 5.2.4.2. Sociedades virtuales
 - 5.2.4.3. Promoción del e-business
 - 5.2.4.4. Mediciones en on-line
- 5.2.5. **Tecnología e- business**
 - 5.2.5.1. Navegador adecuado
 - 5.2.5.2. Web y servidores dinámicos
 - 5.2.5.3. Servidores de aplicación web
 - 5.2.5.4. Plui. Isy JavaScript
 - 5.2.5.5. Seguridad en Internet
- 5.2.6. **Tipología básica**
 - 5.2.6.1. BtoB: empresa a empresa
 - 5.2.6.2. BtoC: empresa a consumidores
 - 5.2.6.3. CtoB: Consumidor a empresa
 - 5.2.6.4. CtoC: consumidor a consumidores.
- 5.2.7. **Comunidad**
 - 5.2.7.1. Conceptos y las comunidades virtuales de negocios
 - 5.2.7.2. Primeras comunidades web
 - 5.2.7.3. Consolidación de la comunidad web
 - 5.2.7.4. Ciber comunidades
 - 5.2.7.5. Experiencias de comunicación interactiva
- 5.2.8. **Aspectos claves en el e-business: pagos y logística de distribución**
 - 5.2.8.1. Sistema de pagos: dinero electrónico, Tarjetas de débito y crédito, carteras electrónicas, tarjetas de valor.
 - 5.2.8.2. Comparación de las tecnologías de pago.
 - 5.2.8.3. El futuro de los pagos.
- 5.2.9. **Proyecto y Planeación de los negocios electrónicos**
 - 5.2.9.1. Traducir en acción la estrategia de e-business
 - 5.2.9.2. Pasos de planeación del proyecto e-business
 - 5.2.9.3. Identificación de los objetivos y vinculación
- 5.2.10. **Evolución del e-business y perspectivas**
 - 5.2.10.1. Análisis el futuro de los negocios
 - 5.2.10.2. El impacto de la sociedad

VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Los contenidos del curso se desarrollarán 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

- 6.1. Notebook y proyector.
- 6.2. 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

COMPLEMENTARIA

- DelBarrio, L. (1998) Negocios – Las 10 claves para hacer Negocios con éxito y ven dermás en Internet. Madrid: Ediciones Gestión 2000.
- Schneider, Gary (2004) Comercio electrónico. 3aed. México: Thomson.
- Tapscott, Don (1999) La era de los negocios electrónicos. Santafé de Bogotá: Mcgrawhill
- Kalakota, Ravi% Robinson, Marcia (2001) Del e-commerce al e-business: el siguiente paso. México: Pearson Educación.
- Hurley, ByBirkwoodP.(1997) Como hacer negocios en Internet. 2da edición. Madrid: Deusto.
- PriceWaterhouse 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.