



SÍLABO 2023-II

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

- | | |
|------------------------------|------------------------------------------------|
| 1. Asignatura | : E-Business |
| 2. Código | : NG02701 |
| 3. Naturaleza | : Práctica/Laboratorio |
| 4. Condición | : Obligatoria |
| 5. Requisito(s) | : NG02604 - Administración del Talento Humano |
| 6. Número de créditos | : Dos (02) |
| 7. Número de horas semanales | : Cuatro (04) (Práctica: 02 / Laboratorio: 02) |
| 8. Semestre Académico | : VII |
| 9. Docente | : Mg. Mario Villar Córdova Icochea |
| Correo institucional | : mario.villarcordova@urp.edu.pe |

II. SUMILLA

La asignatura es de naturaleza obligatoria y pertenece al área de Formación Especializada, es de carácter práctico - laboratorio y tiene como propósito proporcionar a los estudiantes las herramientas que les permita desarrollar negocios electrónicos exitosos (E-Business), diseñar y desarrollar con creatividad un proyecto de negocio o comercio electrónico utilizando las herramientas del Marketing Digital y las ventajas de aplicar el Modelo de Negocios Canvas. La asignatura comprende las siguientes cuatro (4) unidades de aprendizaje: Tecnologías disruptivas de información y comunicaciones (TICs) en la economía digital y conceptos y modelos de e-business. Principales elementos de un modelo de negocios electrónico, conceptos de marketing digital y diseños de páginas web y aplicaciones móviles para la empresa. El Business Model Canvas como herramienta para el desarrollo de nuevos emprendimientos en la nueva economía digital. Los sistemas de pago digital de soporte a las operaciones de e-business, sistemas de seguridad en e-commerce y desarrollo de un proyecto de exportación usando el Business Model Canvas.

III. COMPETENCIAS GLOBALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Múltiples Inteligencias
- Multilingüe

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Competencia de Logística y Operaciones Globales
- Competencia de Marketing Global

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (X) RESPONSABILIDAD SOCIAL ()

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, el estudiante podrá aplicar eficientemente las estrategias y herramientas del marketing digital y las redes sociales en los negocios electrónicos (e-business) y las tecnologías disruptivas de información y comunicaciones (TICs) para el desarrollo y soporte de los negocios globales en el entorno de la nueva economía digital. Asimismo, desarrollar proyectos de negocios electrónicos exitosos utilizando la metodología del Business Model Canvas.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TICS) EN LA ECONOMÍA DIGITAL Y CONCEPTOS Y MODELOS DE E-BUSINESS	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante comprende los conceptos básicos de las tecnologías de información y comunicaciones, la economía digital, modelos de e-business y diferencias entre negocio electrónico y comercio electrónico de la empresa.	
Semana	Contenido
1	E-Business y las Tecnologías de la Información (TIC)



2	La Economía Digital
3	Los negocios electrónicos - Diferencia entre el comercio electrónico (e-commerce) y los negocios electrónicos (e-business)
4	Conceptos y Modelos de Comercio Electrónico

UNIDAD II: PRINCIPALES ELEMENTOS DE UN MODELO DE NEGOCIOS ELECTRÓNICO, CONCEPTOS DE MARKETING DIGITAL Y DISEÑOS DE PÁGINAS WEB Y APLICACIONES MÓVILES PARA LA EMPRESA

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante analiza las nuevas tendencias de la economía digital, la sociedad de la información y el mercado digital. Aplica las nuevas tecnologías de información y comunicaciones para la creación de una ventaja competitiva de la empresa y diseña y publica un sitio web y una aplicación móvil.

Semana	Contenido
5	Principales elementos de un Modelo de Negocios Electrónico
6	Conceptos del Marketing Digital (MD) Creación de Valor y la Cadena de Valor en EB. Desarrollo de una ventaja competitiva usando herramientas de MD.
7	Diseño y desarrollo de sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales como soporte a los negocios electrónicos.
8	Examen Parcial

UNIDAD III: EL BUSINESS MODEL CANVAS COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN LA NUEVA ECONOMÍA DIGITAL

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante utiliza la herramienta Business Model Canvas para validar y desarrollar una idea de negocios digital y comprende la necesidad de implementar un sistema de información para soporte en la toma de decisiones de la empresa digital.

Semana	Contenido
9 - 10	Desarrollo de un proyecto de e-business utilizando la metodología del Business Model Canvas
11	Sistemas de información aplicados a la toma de decisiones en los negocios electrónicos
12	Tecnologías de la información para el comercio electrónico - Internet y World Wide Web

UNIDAD IV: LOS SISTEMAS DE PAGO DIGITAL DE SOPORTE A LAS OPERACIONES DE E-BUSINESS, APLICA LOS SISTEMAS DE SEGURIDAD EN E-COMMERCE Y DESARROLLA UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN USANDO EL BUSINESS MODEL CANVAS.

LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la asignatura, el estudiante comprende los diferentes sistemas de pago digital de soporte a las operaciones de e-business, aplica los sistemas de seguridad en e-commerce y desarrolla un proyecto de exportación usando el Business Model Canvas.

Semana	Contenido
13	Sistemas de pagos digitales en el comercio electrónico. Criptomonedas.
14	Amenazas a la seguridad en E-Business
15	Proyecto de exportación con el Modelo Business Model Canvas.
16	Examen Final

17	EVALUACIÓN SUSTITUTORIA CON PRODUCTO FINAL: RÚBRICA
----	------------------------------------------------------------

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Exposiciones, desarrollo de ejercicios individuales y en equipo, estudio y análisis de casos, discusión, prácticas, trabajo final integrador, proyecto final - Business Model Canvas, elaboración de páginas web y aplicaciones móviles.



IX. EVALUACIÓN

Fórmula de evaluación:

$$\text{PROM. FINAL} = (0.2 * \text{PCONT} + 0.15 * \text{PTRAPRA} + 0.15 * \text{TRAFIN} + 0.25 * \text{PAR} + 0.25 * \text{FIN})$$

Evaluación	Peso
PCONT: Promedio de controles de lectura	20%
PTRAPRA: Promedio de trabajos prácticos, trabajos de laboratorio y exposiciones	15%
TRAFIN: Trabajo final integrador y exposición	15%
PAR: Examen Parcial	25%
FIN: Examen Final	25%

X. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del docente, lecturas, videos.
- Plataformas: Internet, Intranet, Mentimeter, Kahoot, etc.

XI. REFERENCIAS

Bibliografía Básica

LAUDON Kenneth C. y Carol G. TRAVER, El comercio electrónico: Negocios, Tecnología, Sociedad. 13. Ed. Prentice Hall, 2017

LAUDON Kenneth y Jane P. LAUDON, Sistemas de Información Gerencial. 15a. Ed. Pearson, 2017

CHAFFEY, Dave, Comercio electrónico Gestión de E-Business y. Prentice Hall, cuarta. Ed. 2012

<http://e-libro.com/Editoriales/titulos?nombre=McGraw-Hill>

Bibliografía complementaria

CELAYA, Javier, La Empresa en la web 2.0. Planeta Libros, 2016. D'Alessio Ipinza, Fernando. Administración y dirección de la producción. Enfoque estratégico y de la calidad. 2da. Ed. Pearson Educación, México.

<https://www.pearson.com>