



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: COMERCIO ELECTRÓNICO
Código: ESI0023
Paralelo:
Periodo : Septiembre-2020 a Febrero-2021
Profesor: ACOSTA URIGÜEN MARIA INES
Correo electrónico: macosta@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 56		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
48	16	16	40	120

Prerrequisitos:

Código: UID0400 Materia: INTERMEDIATE 2

2. Descripción y objetivos de la materia

La materia "Comercio Electrónico" tiene como objetivo proporcionar herramientas adecuadas para el acceso a medios electrónicos indispensables para el accionar de cualquier institución hoy en día, ya sea nivel nacional o internacional, mediante la interacción con portales especializados para el comercio electrónico. Para los estudiantes de Estudios Internacionales es fundamental conocer portales que les permitan obtener información actualizada necesaria para el ejercicio de su profesión, siendo el Internet el medio adecuado para el acceso y la publicación de información de productos y servicios, así como su comercialización y venta.

En el transcurso del semestre se analizarán conceptos básicos de comercio electrónico desde la perspectiva de negocios y la tecnología; así como el análisis de casos de éxito para modelos de comercio electrónico a nivel local, nacional e internacional. Se analizará la presencia del comercio electrónico a través de diferentes medios, incluyendo la plataforma web y las aplicaciones móviles, y se analizarán modelos de comercio al por mayor y al por menor.

Un eje de los Estudios Internacionales se enfoca en lo negocios y el comercio exterior, donde es necesario el análisis del comercio electrónico como plataforma para internacionalizar productos y servicios. El comercio electrónico sirve de herramienta a emprendimientos, estudios de mercado, negocios internacionales e internacionalización de empresas, por citar algunos ejemplos. Además es indispensable que los estudiantes dominen la navegación en Internet puesto que muchos de los servicios internos y externos se hacen exclusivamente a través de este medio, como lo es el servicio ECUAPASS del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

3. Contenidos

01.	Introducción al comercio electrónico
01.01.	Concepto de e-commerce y e-business (4 horas)
01.02.	Concepto de plataforma de internet, web y móvil (4 horas)
01.03.	Tendencias del comercio electrónico a nivel mundial y nacional (4 horas)
01.04.	Características del comercio electrónico (4 horas)
02.	Modelos de comercio electrónico
02.01.	Elementos clave de un modelo de negocios (4 horas)
02.02.	Modelos de suscripción, de venta al por mayor y al por menor (4 horas)
02.03.	Principales modelos B2C (4 horas)
03.	Infraestructura de comercio electrónico
03.01.	Internet, plataforma móvil y aplicaciones (4 horas)
03.02.	Protocolos y programas de utilidad (4 horas)
04.	Consutrrción de presencia en el comercio electrónico
04.01.	Desarrollar un mapa de presencia en el comercio electrónico (4 horas)
04.02.	Desarrollar una línea de tiempo: hitos (4 horas)
04.03.	Funcionalidad de servicios (4 horas)
05.	Seguridad y sistemas de pago en el comercio electrónico

05.01.	Seguridad en el comercio electrónico (4 horas)
05.02.	Legislación y regulaciones para el comercio electrónico (8 horas)
05.03.	Sistemas de pago en el comercio electrónico (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ai. Preparar a las empresas e instituciones estratégicamente para afrontar con éxito los procesos internacionales	
-Analizar los riesgos y problemas que han existido por la aplicación del comercio electrónico	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros
au. Identificar los canales adecuados para realizar la distribución física de la mercadería	
-Conocer los modelos aplicados al comercio electrónico	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros
ay. Conocer y operar los portales de internet que se usan para gestionar las operaciones de comercio exterior	
-Analizar el impacto de las redes sociales y sus usos en diferentes campos como lo es el marketing, el gobierno y el comercio.	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros
az. Manipular herramientas de internet que nos permitan acceder a información de interés	
-Generar prototipos de portales web para la promoción de bienes y servicios	-Evaluación escrita -Resolución de ejercicios, casos y otros

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Pruebas escritas		APORTE DESEMPEÑO	5	Semana: 12 (07/12/20 al 12/12/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Deberes y tareas		APORTE DESEMPEÑO	2	Semana: 14 (21/12/20 al 23/12/20)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Trabajos en clase, desarrollo de casos		APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 15 (02/01/21 al 02/01/21)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Modelo de negocio: presentación de prototipo web		EXAMEN FINAL ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Evaluación escrita	Examen final		EXAMEN FINAL SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Modelo de negocio: presentación de prototipo web		SUPLETORIO ASINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)
Evaluación escrita	Examen final		SUPLETORIO SINCRÓNICO	10	Semana: 19 (25/01/21 al 30/01/21)

Metodología

Criterios de Evaluación

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Kenneth C. Laudon; Carol Guercio Traver	Pearson	e-commerce Negocios, tecnología y sociedad	2010	
Laudon, Kenneeth C. Traver, Carol Guercio	Pearson	E-commerce business. technology. society.	2017	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2020**

Estado: **Aprobado**