



UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY

PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA – PERIODO LECTIVO 2016-2

CARRERA: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS

NOMBRE DE LA ASIGNATURA: TVN (COMERCIO ELECTRÓNICO)

SEMESTRE ACADÉMICO: SEXTO (3 AÑO)

CARGA HORARIA TOTAL: 72 HS/CAT

NOMBRE Y APELLIDO DEL DOCENTE: MIGUEL ANGEL GASPAR

HORAS TEÓRICAS: 36

HORAS PRÁCTICAS: 36

MESES	OBJETIVOS de la Unidad	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES	MEDIOS/ RECURSOS
Agosto	<p><b>OC:</b> Comprender el concepto de negocio electrónico y las bases de su funcionamiento como herramienta empresarial.</p> <p><b>OP:</b> Elaborar un instrumento de investigación en base a las herramientas TIC que le permita modelar su negocio electrónico en base a lo que ve en el mercado.</p> <p><b>OA:</b> Opinar en base a su evolución en clases sobre su modelo de negocios y su proyección</p>	<p><b>UNIDAD I: CONCEPTOS DE NEGOCIO ELECTRÓNICO</b></p> <p>Presentación. Contexto del Negocio Electrónico Herramientas. Diferencias E-Commerce vs. E-Business Medios Electrónicos Necesidades de desarrollo empresarial Realidad paraguaya en el Negocio Electrónico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sesiones plenarias</li> <li>• Exposición Oral</li> <li>• Creación de grupos de trabajo que elaborarán ideas de negocio</li> <li>• Presentación de las herramientas TIC para el desarrollo del semestre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plenarias</li> <li>• Exámenes en línea</li> <li>• Asistencia virtual para medir el funcionamiento de su negocio en línea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de clase</li> <li>• Pizarra acrílica</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Internet</li> <li>• Sala virtual en la nube</li> <li>• Ofimática Colaborativa</li> </ul>
Septiembre	<p><b>OC:</b> Entender la diferencia entre las sociedades de la información y el conocimiento.</p> <p><b>OP:</b> Desarrollar un contexto de tienda electrónica con las herramientas TIC dadas en clases.</p> <p><b>OA:</b> Respetar la concepción original de una empresa al</p>	<p><b>UNIDAD 2: EL CONTEXTO DE LA EMPRESA EN EL NEGOCIO ELECTRÓNICO</b></p> <p>Misión Visión Valores Principios Sociedad de la información Desarrollo de negocios electrónicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo de campo con instrumento digital para verificar la factibilidad de la idea de negocio.</li> <li>• Proyección de estrategias de diseño de un sitio web, de modo a volcar en él su idea de negocio.</li> <li>• Análisis de casos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exámenes en línea</li> <li>• Pruebas orales sumativas</li> <li>• Evaluación de desempeño de modelo en la nube</li> <li>• Observaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de clase</li> <li>• Pizarra acrílica</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Internet</li> <li>• Sala virtual en la nube</li> <li>• Ofimática Colaborativa</li> <li>• Instrumento de formulario</li> </ul>



	<p>proyectarla al mundo digital. Aceptar mediante el análisis fundamentado que no todos los modelos de negocios son digitalizables.</p>	<p><b>UNIDAD 3:</b>  <b>E-COMMERCE + E-MARKETING</b>          Plan de Negocios          Plan de Marketing          Definición de Marketing. Foros de discusión sobre la teoría.          Desarrollo del Marketing hasta el E-Marketing. Concepto.          Función comercial del E-Marketing.          Técnicas de Marketing, venta y negociación comercial aplicadas al modelo electrónico de comercio.          SEM – SEO Conceptos y aplicaciones prácticas.          Medios de pago.          Trabajos grupales para la identificación de rubros en que han de trabajar las empresas creadas en el curso.          Ciclo de la Información.</p>	<p>locales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignación de funciones de empresa a cada uno de los grupos formados de modo a evaluar su desempeño funcional.</li> <li>• Digitalización en la nube de las empresas de clase.</li> </ul>		<p>digital</p>
<p><b>Octubre</b></p>	<p><b>OC:</b> Conocer el espíritu de la Ley Paraguaya de Comercio Electrónico.  <b>OP:</b> Preparar un proyecto de negocio sustentable en seguridad de datos.  <b>OA:</b> Valorar el aporte, no desde la funcionalidad quizás, de la protección de la información como base de confianza del comercio electrónico.</p>	<p><b>UNIDAD 4:</b>  <b>SEGURIDAD ELECTRÓNICA Y LEGISLACIÓN GLOBAL/LOCAL</b>          Confianza, Seguridad y Sociedad de la información.          Organización de la Seguridad de la Información en el E-Commerce: Internet, identidades, dominios, firma electrónica, firma digital, certificados de seguridad.          La “Reputación Digital” vs. la “Reputación Real”.          Marco normativo y regulatorio global. La Ley 4868/13 en la República del Paraguay.          Protección de datos, propiedades de los datos y concepto del “Data</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taller para la preparación de los medios digitales en sus modelos de negocio.</li> <li>• Exposición participativa.</li> <li>• Laboratorio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de clase</li> <li>• Pizarra acrílica</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Internet</li> <li>• Sala virtual en la nube</li> <li>• Ofimática Colaborativa</li> </ul>



UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY

PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA – PERIODO LECTIVO 2016-2

		Owner” o “Dueño de la información”. La Firma Electrónica paraguaya y la realidad comercial del país. Sesión de documentales con casos reales de violaciones en seguridad de datos. Trabajos grupales sobre la evolución de las empresas en clases.Perfiles en la Red			
<b>Noviembre</b>	<p><b>OC:</b> Reconocer el espectro de aplicación de las herramientas ERP-CRM en el proceso de sistematización del negocio. Definir la relación existente entre la estrategia de Marketing y la digitalización de procesos para conformar el modelo de negocios.</p> <p><b>OP:</b> Desarrollar una práctica de diseño y estructuración de una página web como muestra de E-Business conectado con la realidad de la empresa. Aplicar un medio de pago digital.</p> <p><b>OA:</b> Proponer una estructura digital para la administración del modelo de negocios elegido.</p>	<p><b>UNIDAD 5: EL NEGOCIO VIRTUAL</b> Planificación del negocio virtual. Diversos escenarios. Análisis del Negocio Real y su proyección en el Negocio Virtual. Los Negocios Nativos Digitales. Las herramientas para el diseño web, Redes Sociales y el concepto del Community Manager como responsable del Negocio virtual. El “Carrito” de compras electrónicas. Concepto, explicación técnica basados en medios de pago, entidades emisoras y transacciones on- line. Logística y distribución en el E-Commerce. Medios de pago y el “catálogo electrónico”. Introducción al concepto de “Bitcoin”.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratorio</li> <li>• Presentación de herramientas ERP y CRM</li> <li>• Ajustes colaborativos entre las herramientas elegidas y los modelos de clase</li> <li>• Exposición y evaluación particular de cada diseño.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento de la evolución de la página web y las RS</li> <li>• Evaluación oral con Hándicap</li> <li>• Filmación y retroalimentación de la evaluación</li> <li>• Publicación de los trabajos en Internet y evaluación de los resultados con el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sala de clase</li> <li>• Pizarra acrílica</li> <li>• Marcadores</li> <li>• Internet</li> <li>• Sala virtual en la nube</li> <li>• Ofimática Colaborativa</li> <li>• APPS de traducción, de video conferencia y proyección</li> </ul>
<b>Diciembre</b>	EXÁMENES	EXÁMENES	EXÁMENES	EXÁMENES	EXÁMENES
<b>Bibliografía</b> Básica		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación Española de la Economía Digital. - Libro Blanco del Comercio Electrónico – Editorial Red.Es - Año 2012 – España.</li> </ul>			



UNIVERSIDAD COLUMBIA DEL PARAGUAY

PLANIFICACIÓN DE ASIGNATURA - PERIODO LECTIVO 2016-2

Complementaria	<ul style="list-style-type: none"><li>• García del Poyo, Rabadán, Merino, Somalo. El Libro del Comercio Electrónico - Editorial Esic – Año 2011 – España.</li><li>• Kenneth, C.Laudon, Carol Guercio - E-COMMERCE - Editorial Addison Wesley – Año 2012 – USA.</li><li>• International Business Machine IBM - Redbooks Sobre Buenas Prácticas en E-Commerce - Editorial IBM – Año 2013 -2014 -USA</li><li>• Kotler, Armstrong - Marketing Versión para Latinoamérica - Editorial Prentice Hill – USA.</li> <li>• Apuntes de Comercio Electrónico “Cámara Argentina de Comercio Electrónico”.</li></ul>
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------