

Programa de estudios de la asignatura

Comercio ElectrónicoÁrea de especialización: Desarrollo
Emprendedor

Clave: ME462

Objetivo general de la asignatura

Al finalizar el curso, el alumno:

Identificará y diseñará la estrategia de comercio electrónico que permita el posicionamiento y la comercialización de productos en los mercados presentes en la red mundial.

Temas y subtemas**1. Origen y evolución del comercio electrónico.**

1.1 Mercado electrónico y oportunidades de negocio.

1.1.1 Definición del comercio electrónico.

1.1.2 Desarrollo del comercio electrónico.

1.1.3 Ventajas del comercio electrónico.

1.2 Conceptos de las modalidades del comercio electrónico.

1.2.1 B2C De negocio a consumidor.

1.2.2 B2B De negocio a negocio.

1.2.3 C2C De consumidor a consumidor.

1.2.4 P2P De igual a igual.

1.2.5 Comercio móvil (m-commerce).

1.3 Ciber empresas: Ventas al detalle y ventas en línea.

1.3.1 El sector de ventas al detalle: Comerciantes virtuales, Multicanal (tienda física y en línea), Por catálogo y Directo del fabricante.

1.3.2 El sector de los servicios en línea: Intermediación de transacciones, Servicios financieros, Servicios de bienes raíces, Servicios turísticos y Servicios educativos.

2. El consumidor en línea.

2.1 Investigación de mercados en línea.

2.2 El perfil del consumidor en línea.

2.3 El comportamiento del consumidor en línea y la decisión de compra.

2.4 Segmentos del mercado en línea.

2.5 Identificación y control del consumidor.

2.5.1 Identificación con recursos web.

2.5.2 Identificación voluntaria.

2.5.3 Registro del tráfico de visitantes.

2.6 La relación con el consumidor.

2.6.1 Personalización y adecuación.

2.6.2 Servicio al cliente (FAQs, Chat de servicio en tiempo real y Sistema de respuesta automatizado).

3. Recursos de e-marketing**3.1 Aplicaciones web para el comercio electrónico**

3.1.1 Correo electrónico, Mensajería instantánea, Foros de línea.

- 3.1.2 Dominios, Motores de búsqueda y Agentes inteligentes (bots), Medios de flujo continuo, Cookies y Pop up's.
- 3.1.3 Servicios web: Podcasting, Blogs, RSS, Wiki, Web apps, Widgets y Gadgets.
- 3.1.4 Telefonía, Televisión y Videoconferencias.
- 3.2 Comunicaciones de e-marketing.
 - 3.2.1 Publicidad en línea.
 - 3.2.1.1 Banners.
 - 3.2.1.2 Anuncios de medios complejos y anuncios de video.
 - 3.2.1.3 Publicidad en los motores de búsqueda y Patrocinios.
 - 3.2.2 Marketing de correo electrónico (email marketing).
 - 3.2.3 Catálogos en línea.
 - 3.2.4 Marketing social (blogs y redes sociales).
- 4. Comercio electrónico.
 - 4.1 Componentes del modelo de negocios.
 - 4.1.1 Propuesta de valor para el cliente.
 - 4.1.2 Modelo de generación de ingresos.
 - 4.1.3 Oportunidad en el mercado.
 - 4.1.4 Entorno competitivo y ventaja competitiva.
 - 4.1.5 Estrategia de mercado (producto, canal de distribución, comunicación de mercadotecnia y precios).
 - 4.1.6 Estructura organizacional y equipo administrativo.
 - 4.2 Construcción de un sitio web de comercio electrónico.
 - 4.2.1 Decisiones de hardware.
 - 4.2.2 Decisiones de software.
 - 4.2.3 Bases de datos.
- 5. Legalidad y seguridad en el comercio electrónico.
 - 5.1 Comercio electrónico y seguridad.
 - 5.1.1 Confianza del consumidor.
 - 5.1.2 La seguridad en Internet.
 - 5.2 Sistemas de pago y factura electrónica.
 - 5.3 Riesgos del comercio electrónico.
 - 5.3.1 Privacidad y seguridad.
 - 5.3.2 Cuestiones legales políticas y sociales
 - 5.4 Soluciones tecnológicas para la protección de las comunicaciones en Internet.
 - 5.5 Legislación informática en México.