



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
 PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN INFORMÁTICA
 Sistema Escolarizado: Modalidad Presencial
 Programa de estudios de la asignatura



Negocios digitales

Clave 2730	Semestre 7°	Créditos 8	Campo de conocimiento: Informática	
			Eje de formación: Integración	
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Seminario () Otros ()		Tipo	T (X) P () T/P ()
Carácter	Obligatorio (X) Optativo () Obligatorio E () Optativo E ()		Horas	
Duración (Número de semanas)	16		Semana	Semestre
			Teóricas:	4 Teóricas: 64
			Prácticas:	0 Prácticas: 0
			Total	4 Total 64
Seriación				
Ninguna ()				
Obligatoria ()				
Asignatura antecedente				
Asignatura subsecuente				
Indicativa (X)				
Asignatura antecedente	Entorno estratégico de tecnologías de información Desarrollo de aplicaciones web Desarrollo de aplicaciones móviles			
Asignatura subsecuente	Ninguna			
Objetivo general:				
Al terminar el curso, el alumnado realizará un plan de negocios mediante herramientas actuales para la creación, gestión y desarrollo de operaciones de negocios digitales.				

Objetivos particulares

Al finalizar el curso, el alumnado:

1. Identificará los fundamentos de los negocios digitales y sus implicaciones económicas, políticas y sociales.
2. Planificará un documento base del plan de negocios de un emprendimiento en internet considerando las metas organizacionales o personales.
3. Identificará entre las tendencias de los negocios electrónicos enfocados a los clientes para generar un entorno de confianza hacia los mismos y mantener su fidelidad.
4. Seleccionará métodos adecuados que le permitan a una organización efectuar compras seguras por internet, garantizando la protección y privacidad de los datos del cliente.
5. Reconocerá las herramientas existentes para aprovechar el análisis de datos a través de recursos como la inteligencia artificial, el Big Data, y/o cualquier otra solución que permita obtener ventajas competitivas mediante el profundo entendimiento de los datos generados por la organización.
6. Identificará el marco de referencia jurídico nacional e internacional aplicable en la creación de un negocio electrónico.

Índice temático

Unidad	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Marco teórico de los negocios digitales	12	0
2	Planeación de negocios digitales	10	0
3	Gestión del cliente	12	0
4	Transacciones electrónicas	12	0
5	Analítica de negocios	10	0
6	Marco jurídico	8	0
Total		64	

Estrategias didácticas

- Análisis de textos.
- Discusión guiada.
- Exposición.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Trabajo de investigación.
- Estudio de casos.

Evaluación del aprendizaje	
	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Listas de cotejo. ◦ Exámenes parciales. ◦ Examen final. ◦ Trabajos y tareas. ◦ Participación en clase. ◦ Proyecto

Perfil profesiográfico del docente	
Título o grado	Licenciatura en Informática o equivalente, preferentemente con estudios de posgrado con orientación a las tecnologías de la información y las organizaciones.
Experiencia docente	Mínima deseable de 2 años impartiendo clases en nivel media superior y/o superior en área de tecnologías de información o equivalente.
Otras características	<p>Experiencia Profesional mínima de 3 años en área de conocimiento. Experiencia en comercio electrónico.</p> <p>Para profesoras/es de nuevo ingreso: Haber aprobado el “Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)” que imparte la Facultad de Contaduría y Administración, así como cubrir satisfactoriamente los requisitos impuestos por el departamento de selección y reclutamiento de la Facultad de Contaduría y Administración.</p> <p>Para profesoras/es que ya imparten clases en la Facultad: Haber participado recientemente en cursos de actualización docente y de actualización disciplinar con un mínimo de 20 horas.</p> <p>Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.</p>

Bibliografía básica	
	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Álamo, R. (2016). <i>La economía digital y el comercio electrónico: Su incidencia en el sistema tributario</i>. Madrid: Dykinson. ◦ Dornberger, R. (Ed.). (2018). <i>Business information systems and technology 4.0: new trends in the age of digital change</i>. Cham: Springer. ◦ Gronwald, K. D. (2017). <i>Integrated business information systems: A holistic view of the linked business process chain ERP-SCM-CRM-BI-Big data</i>. Berlin, Heidelberg: Springer. ◦ Joyanes, L. (2019). <i>Inteligencia de negocios y analítica de datos: una visión global de business intelligence & analytics</i>. México: Alfaomega. ◦ Kreuzer, R. Neugebauer, T. y Pattloch, A. (2018). <i>Digital business leadership: digital transformation, business model innovation, agile organization, change management</i>. Berlin, Heidelberg: Springer. ◦ Marr, B. (2018). <i>Data strategy: Cómo beneficiarse de un mundo de big data, analytics e internet de las cosas</i>. Bogotá: Ecoe Ediciones: Kogan Page Limited. ◦ Prudhomme, G. (2019). <i>Software services for E-Business</i>. Oakville, Ontario: Arcler Press. ◦ Radovitsky, Z. (2015). <i>Application models for e-commerce</i>. New York, New York: Cognella Academic Publishing: Business Expert Press. ◦ Whitman, M. (2012). <i>Principles of Information Security</i>. (4a. ed.) E.U.: Cengage Learning ◦ Yuthayotin, S. (2015). <i>Access to justice in transnational B2C e-commerce: A multidimensional analysis of consumer protection mechanisms</i>. Cham: Springer.

Bibliografía complementaria

- Argoneto, P. (2011). *Innovative tools for business coalitions in B2B applications: how negotiation, auction and game theory can support small- and medium-sized business in e-business*. London: Springer.
- Cruz, A. (2014). *Marketing electrónico para Pymes: Cómo vender, promocionar y posicionarse en Internet*. Paracuellos de Jarama, Madrid: Ra-Ma.
- Laudon, K. (2014). *E-commerce 2013: Negocios, tecnología, sociedad*. México: Pearson.
- Mohapatra, S. (2013). *E-commerce strategy: text and cases*. New York, NY: Springer.
- Ocaris, E. (2019). *Blockchain y smart contracts: la revolución de la confianza*. México: Alfaomega.
- Qin, Z. (2014). *E-commerce strategy*. Berlin: Springer.
- Ragnedda, M. y Destefanis, G. (Ed.). (2020). *Blockchain and Web 3.0: Social, economic, and technological challenges*. London: Routledge.