



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



**Universidad
Nacional
de Quilmes**

Torre, Sebastián

Fundamentos del Comercio Electrónico



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Torre, Sebastián (2023). *Fundamentos del Comercio Electrónico (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/4223>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Carrera:

-Licenciatura en Comercio Internacional (RCS N° 178-03 / RCS N° 564-12/
RCS N° 449-15/ RCS N° 207-23)

-Tecnatura Universitaria en Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas
(RCS N° 136-16)

Año: 2023

*El presente programa tendrá una validez de 3 (tres) años a partir de su aprobación,
según artículo 7 de la Resolución (CS) N° 171/22.*

Profesor: Sebastián Torre

Carga horaria semanal: 4 horas áulicas y 1 hora extra-áulica

Horas de consulta extra clase: Martes en virtual y Viernes encuentro sincrónico
de 18 a 20hs

Créditos: 10 (Diez)

Núcleo al que pertenece:

- Electiva de Licenciatura (C.I -Plan 2003)
- Electiva de Comercio y Economía Internacional (C.I -Plan 2012/15)
- Formación Básica (TUGPyME)

Tipo de Asignatura: Teórico-práctica

Presentación y Objetivos:

Este curso explora los usos actuales y futuros que tiene Internet para la venta de productos y servicios en diferentes sectores industriales y además intentará demostrar su utilidad como una herramienta de negocios para mejorar la eficiencia de los procesos, la comunicación y la competitividad empresarial. Los alumnos aplicarán todos estos conocimientos en la creación y puesta en marcha de una tienda real de comercio electrónico.

OBJETIVOS PERSEGUIDOS

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

- Exponer y clarificar los principios tecnológicos fundamentales sobre los que se basa la actual Sociedad.
- Estimular la creatividad en el uso inteligente de herramientas de comercio electrónico para desarrollar y potenciar nuevos negocios.
- Acercar al estudiante los conceptos estratégicos que ponen en práctica las empresas referentes del sector tecnológico.
- Formar criterios de decisión a la hora de implementar proyectos de comercio electrónico.
- Educar al estudiante en el uso inteligente de las herramientas tecnológicas para crear y potenciar emprendimientos de comercio electrónico.

CONOCIMIENTOS PREVIOS NECESARIOS

Para el correcto desarrollo de la cursada y las actividades prácticas serán necesarios (situación óptima-ideal) los siguientes conocimientos previos:

- Dominio del **Inglés** (gran parte de la información en Internet se encuentra en dicho idioma, por lo cual se hace imprescindibles conocimientos del mismo)
- Conocimientos básicos sobre desarrollo de sitios de Internet (no excluyente),
- Uso de herramientas cloud (procesadores de textos online, editores de imagen y video y almacenamiento de archivos en la nube),

Contenidos mínimos:

Sociedad, Economía y Tecnologías de la Información. Internet. Presencia en la Web. Comercio Electrónico. Negocios Electrónicos. Modelos de negocios de empresas en la Web. Marketing on-line. Medios de pago electrónicos. Logística de distribución de productos y servicios.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1: LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Objetivo: Contextualizar el profundo cambio que provocan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y explicar el nuevo orden social que nace como consecuencia de su aparición.

Contenido: Análisis de la situación actual: cambio generalizado. Sociedad de la Información: definición. Usuarios, infraestructuras y contenidos. Entorno: economía, legislación, empleo, cultura y actitudes. El conocimiento como factor de éxito. Impacto

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

de la gestión del conocimiento en las organizaciones. De la sociedad red actual a la sociedad de la información o del conocimiento.

Bibliografía Unidad 1:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 1: “El cambio acelerado de la sociedad: tecnología y comercio”, Carpeta de trabajo UVQ.
- **Oppenheimer, Andrés (2018)**, ¡Sálvese quien pueda! El futuro del trabajo en la era de la automatización. Capítulo 1: ¿Un mundo de desempleados?, Buenos Aires, Debate.
- **Alfons Cornella (1998)**, *La Infoestructura, un concepto esencial en la Sociedad de la Información*, ESEADE, Barcelona.
- **Torres, S., Gonzalez Bonorino, A., y Vavilova, I (2015)**, *La Cita y Referencia Bibliográfica: Guía basada en las normas APA*, Biblioteca Central UCES, Buenos Aires.
- **Jobs, Steve (2005)**, *Discurso de la ceremonia de graduación en la Universidad de Stanford*, EEUU.

Videografía Unidad 1:

- **The Virtual Revolution (2010)**, Capítulo 1 "The Great Levelling", BBC de Londres, recurso online disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=J9Jp3w9oqcs>.

Unidad 2: TECNOLOGIAS DE INTERNET

Objetivo: Entender los conceptos tecnológicos subyacentes a la sociedad de la información y conocer los elementos que componen la gran red informática que es Internet.

Contenido: Introducción a las redes. Topologías físicas y lógicas. Telecomunicaciones y sistemas de interconexión de redes. Protocolos de comunicación. Diferentes tipos de redes: LAN, MAN y WAN. Como se integran a la gran red de redes. Internet: definición, elementos, tecnologías. Historia de Internet. Principales usos de la red en su origen. Servicios de Internet. Hogar digital, el impacto de Internet en los hogares modernos.

Bibliografía Unidad 2:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 2: “Internet”, Carpeta de trabajo UVQ.

Videografía Unidad 2:

- **The Virtual Revolution (2010)**, Capítulo 4 "Homo Interneticus", BBC de Londres, recurso online disponible en www.youtube.com/watch?v=aLIKV0ukzBI.

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

Unidad 3: PRESENCIA EN LA WEB

Objetivo: Adquirir los conceptos básicos para crear un sitio de comercio electrónico de presencia profesional.

Contenido: Dominios en Internet: su registración y la creación de barreras de entrada. Selección de servidores de Internet. Etapas del diseño y el desarrollo del sitio Web, factores a considerar. Usabilidad. Del contenido al e-Commerce. Prueba, revisión y corrección del contenido.

Bibliografía Unidad 3:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 3: “Presencia en la Web”, Carpeta de trabajo UVQ.
- **Lecinski, Jim (2012)**, *Ganando el momento cero de la verdad*, Google Inc. Disponible en www.thinkwithgoogle.com/research-studies/2011-winning-zmot-ebook.html y www.thinkwithgoogle.com/collections/zero-moment-truth.html

Unidad 4: PROMOCION DE UN SITIO WEB

Objetivo: Conocer el nuevo lenguaje comunicacional de Internet para promocionar sitios de venta de productos y servicios, tanto físicos como digitales.

Contenido: Publicidad: concepto y usos. Medios de comunicación offline y online. Marketing digital. Canales publicitarios online. Técnicas de Marketing digital. Marketing directo. Redes Sociales. Buscadores: SEO y SEM. Mobile Marketing. Fidelización de clientes.

Bibliografía Unidad 4:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 4: “Promoción de un sitio web”, Carpeta de trabajo UVQ.
- **Guía de optimización en buscadores (SEO) para principiantes (2018)**, disponible en el <https://support.google.com/webmasters/answer/7451184?hl=es>
- **Peraita, Raul y Bellingi, Guillermo (2004)**, *Internet, Comercio Electrónico y Economía*, Revista IEFE.
- **Spero, Jason y Werther, Johanna (2012)**, *The Mobile Playbook*, Google. Recurso online disponible en www.themobileplaybook.com/es-latam

Unidad 5: COMERCIO ELECTRONICO

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

Objetivo: Conocer la modalidad de comercio necesaria para la creación de negocios en el nuevo marco digital y establecer las diferencias básicas con el comercio tradicional.

Contenido: Introducción al Comercio Electrónico: que es y como surge. Diferencias con el comercio tradicional. Internet como soporte del Comercio Electrónico. Tendencias mundiales y casos Latinoamericanos. Mobile Commerce. Perspectivas.

Bibliografía Unidad 5:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 5: “Comercio Electrónico”, Carpeta de trabajo UVQ.
- **Manual de e-Commerce (2020)**, e-Commerce News. Recurso online disponible en <https://ecommerce-news.es/manual-ecommerce-2020/>

Unidad 6: MODELOS DE NEGOCIOS

Objetivo: Comprender las diferentes tipos de negocios existentes en la red clasificados de acuerdo a sus características tecnológicas.

Contenido: Definición de modelos de negocios. Clasificaciones: de acuerdo a la naturaleza de los productos, al tipo de empresa o a las relaciones entre los participantes. Actores y tipos de Comercio Electrónico: Gobierno, Empresas y Consumidores. Tipologías de empresas frente al comercio electrónico.

Bibliografía Unidad 6:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 5: “Comercio Electrónico”, Carpeta de trabajo UVQ.
- **Kevin Nelly (2008)**, *Mejor que Gratis*, consultado el 15 de Agosto de 2011, disponible en www.kk.org/thetechnium/archives/2008/01/better_than_fre.php

Videografía Unidad 6:

- **The Virtual Revolution (2010)**, *Capítulo 3 "The Cost of Free"*, BBC de Londres, recurso online disponible en www.youtube.com/watch?v=-vYdERxLwkk

Unidad 7: MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS

Objetivos: Conocer la oferta disponible de formas de pago online y entender su funcionamiento y conveniencia frente a otras formas de pago.

Contenido: Sistemas de pago electrónico: e-payment, pasarelas de pagos digitales. Principales proveedores. Riesgos y beneficios.

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

Bibliografía Unidad 7:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2013)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 6: “Medios de pago en el comercio electrónico”, Carpeta de trabajo UVQ.

UNIDAD 8: LOGISTICA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivos: Conocer las diferentes formas de entregar productos y servicios mediante operadores logísticos y entender las nuevas tecnologías que afectan a los procesos logísticos.

Contenido: Los canales de distribución. La logística en el comercio electrónico: Distribución digital y Distribución física. Problemática en la logística del comercio electrónico. Tecnologías de Identificación por Radio Frecuencia (RFID).

Bibliografía Unidad 8:

- **Torre, Sebastián y Codner, Dario (2012)**, *Fundamentos de Comercio Electrónico*, Unidad 7: Logística en el comercio electrónico. Carpeta de trabajo UVQ.
- **Libro blanco de Logística para Comercio Electrónico (2016)**, Capítulo 1: “La tienda y el pedido online”, Asociación Española de la Economía Digital. Disponible en www.adigital.org/media/lb-logistica-2016.pdf

BIBLIOGRAFÍA

La bibliografía, tanto obligatoria como opcional, estará disponible en formato digital para consulta y utilización por parte de los alumnos durante el dictado del curso. Se podrá descargar desde:

www.dropbox.com/sh/s03mx3optmavkic/AABzZvUdT0zEc3AMYbWjY1lpa?dl=0

LECTURAS PERIODISTICAS

Son de lectura optativa las siguientes fuentes de información:

- La Nación Tecnología <http://www.lanacion.com.ar/tecnologia>
- Canal AR <http://www.canal-ar.com.ar/>
- Red Users <http://www.redusers.com>
- América Economía Tecno <http://tecno.americaeconomia.com/>
- ABC Tecnología <http://www.abc.es/tecnologia>

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración

- BBC Mundo Tecnología <http://www.bbc.co.uk/mundo/temas/tecnologia/>
- El Mundo Tecnología <http://www.elmundo.es/elmundo/navegante.html>

Modalidad de dictado:

El curso se compone de clases expositivas teórico-prácticas de 2 horas de duración. Se incentivarán a los alumnos a utilizar herramientas informáticas a través de tareas prácticas que busquen mejorar sus habilidades tecnológicas, para ello se propone un trabajo grupal on-line de presentación digital.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Como fue mencionado, se realizará un trabajo grupal on-line por medio de una plataforma de Comercio Electrónico y uso de herramientas colaborativas. La finalidad de este trabajo es formar a los alumnos en emprendedorismo digital para administrar y gestionar un comercio electrónico real.

Las evaluaciones de lectura obligatoria se impartirán semanalmente y tienen la intención ordenar y tener presentes los conceptos de las lecturas de la materia.

Evaluación:

Se evaluará de acuerdo al Régimen Vigente de estudios aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes RCS N° 201/18;

La forma de evaluación está compuesta por:

- 1. Evaluaciones de la lectura obligatoria:** Durante el curso se evaluará la lectura de la bibliografía obligatoria por medio de test presenciales. Con 3 (tres) evaluaciones desaprobadas o ausentes, el alumno deberá presentarse al examen integrador para recuperar los temas no superados.
- 2. Exámenes parciales:** Se tomarán dos exámenes parciales a lo largo de la cursada que evaluarán los contenidos teóricos de la materia.
- 3. Trabajo final virtual:** Consistirá en el diseño de una tienda online de comercio electrónico desarrollada en www.tiendanube.com.ar

El examen parcial resultará aprobado al obtener una calificación mínima de 4 puntos. Una calificación menor, obliga al alumno a presentarse a la instancia del recuperatorio general para recuperar el descalificado.

Las siguientes situaciones no otorgan derecho a presentarse al recuperatorio:

Aprobado por R (CD) N°182/23

- a. Desaprobación de los dos exámenes parciales
- b. Ausencia en los dos exámenes parciales
- c. Una ausencia y una desaprobación en los exámenes parciales

Los alumnos que obtengan en cada uno de los exámenes parciales una calificación de entre seis (6) y diez (10) puntos y cuyo promedio final sea siete (7), habrán aprobado la materia quedando eximidos de rendir el examen integrador.

En el caso que las notas finales promediadas se encuentren entre 4 (cuatro) y 6 (seis) puntos, el alumno deberá presentarse al examen integrador para recuperar TODA la asignatura.

Para llegar a la nota final, la nota del examen integrador se promediará con las notas obtenidas en los parciales y en las actividades de evaluación obligatorias. En la medida que el promedio sea mayor o igual a 4 (cuatro), se aprobará la asignatura.

Si el alumno no alcanzara el promedio final de 4 (cuatro), será calificado como pendiente de aprobación y tendrá la posibilidad dar un nuevo integrador (u otra forma de evaluación).

El calendario académico anual establecerá la administración de 2 (dos) instancias de exámenes integradores antes del cierre de actas del siguiente cuatrimestre. Los/las estudiantes, deberán inscribirse previamente a dichas instancias.

La Unidad Académica respectiva designará a un/a profesor/a del área, quien integrará con el/la profesor/a a cargo del curso, la/s mesa/s evaluadora/s del/los examen/es integrador/es indicado/s en este punto.

PORCENTAJE DE ASISTENCIA

El porcentaje de asistencia a clases es del **75%**. No cumplir con este requisito obliga a integrar la asignatura.



TOME G. SEBASTIAN

Aprobado por R (CD) N°182/23

Departamento de Economía y Administración