



SÍLABO

ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

CÓDIGO: 7A0493

I. DATOS GENERALES

1.1	Departamento Académico	:	Gestión Empresarial
1.2	Escuela Profesional	:	Administración Privada
1.3	Carrera Profesional	:	Administración de Empresas
1.4	Ciclo de estudios	:	IX
1.5	Créditos	:	03
1.6	Duración	:	16 semanas
1.7	Horas semanales	:	06
	1.7.1 Horas de teoría	:	03
	1.7.2 Horas de práctica	:	03
1.8	Plan de estudios	:	2010
1.9	Inicio de clases	:	16 de abril del 2018
1.10	Finalización de clases	:	04 de agosto del 2018
1.11	Requisito	:	Dirección de la Producción
1.12	Docentes	:	Dr. Juan Roberto Chávez Navarro
1.13	Semestre Académico	:	2018-I

II. SUMILLA

Comercio Electrónico. Comercio electrónico y comercio internacional. Modelos de negocios. Integración de comunicaciones y establecimiento de marcas.

Utilización del Internet en los procesos de negocios. Aspectos legales a considerar.

III. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Los estudiantes analizan, definen y comprenden el concepto general de administración electrónica y su relación con el entorno empresarial, asumiendo una posición reflexiva de la importancia de los nuevos modelos. Formula métodos de administración electrónica que faciliten el proceso de comercialización y distribución de productos en los mercados teniendo en cuenta los adelantos tecnológicos.

IV. CAPACIDADES

C1: Analiza y valora los fundamentos de la administración electrónica en las organizaciones en un entorno cambiante.

C2: Analiza y evalúa la contribución de los sistemas de apoyo informáticos relacionados con el comercio electrónico.

C3: Propone estrategias de marketing on line para el producto, analizando oportunidades en los mercados.

C4: Evalúa el planeamiento empresarial de administración electrónica considerando los protocolos de seguridad de la comercialización.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I					
INTRODUCCION AL CURSO, FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA					
C1: Analiza y valora los fundamentos de la administración electrónica en las organizaciones en un entorno cambiante.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS

Semana N° 1 16-21 Abril	Introducción al Curso. Las organizaciones, su entorno y adaptación. La Globalización.	Argumenta la necesidad de cambio y adaptación a las nuevas condiciones del entorno para el éxito de las organizaciones		Muestra destreza en el reconocimiento de empresas globales.	06
Semana N° 2 23-28 Abril	Las Organizaciones como Sistemas. El internet. Definición, evolución e Importancia.	Analiza la importancia para las organizaciones de recurrir al Modelo de Sistemas. Menciona las formas de comunicación electrónica de su entorno.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Determina las fases que sigue el proceso del internet en el tiempo.	06
Semana N° 3 30 Abr-05 Mayo	Fundamentos de la administración electrónica. Orígenes, definición, tipos, componentes. Función estratégica de la administración electrónica.	Menciona los tipos de negocios electrónicos.		Determina las fases que sigue el proceso de los fundamentos de la administración electrónica	06
Semana N° 4 07-12 Mayo	Evolución tecnológica y la innovación, investigación y desarrollo (I+I+D). La sociedad de la información.	Identifica los cambios en su entorno debido a la tecnología.		Muestra destreza en el reconocimiento sobre la evolución tecnológica.	06

TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° I: Análisis del Impacto del Entorno en las Empresas.

UNIDAD II
SISTEMAS DE APOYO AL COMERCIO ELECTRÓNICO

C2: Analiza y evalúa la contribución de los sistemas de apoyo informáticos relacionados con el comercio electrónico.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 5 14-19 Mayo	Sitio web. Carro de compra online. Botones de Pago de Paypal. Aplicaciones complementarias Cashie (PayPal).	Describe la experiencia de navegación en la paginas web.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Determina las fases que sigue el proceso de compra virtual.	06
Semana N° 6 21-26 Mayo	Comercio electrónico opensource y en "la nube"	Describe la experiencia de comercio electrónico.		Determina las fases del comercio electrónico.	06
Semana N° 7 28 May-02 Jun.	Herramientas SEO para iniciar una campaña. Herramientas de e-mail Marketing.	Describe las herramientas de SEO		Muestra destreza en el reconocimiento de las herramientas para iniciar una campaña.	06
Semana N° 8 04-09 Junio	Herramientas para aumentar el tráfico y las ventas.	Describe el impacto predominante de herramientas que inducen a la comercialización.		Muestra destreza en el reconocimiento de las herramientas para aumentar el tráfico y las ventas.	06
EXAMEN PARCIAL: Evaluación correspondiente a la Unidad N° I y II					

**UNIDAD III
ESTRATEGIAS DE MARKETING ON LINE**

C3: Propone estrategias de marketing on line para el producto, analizando oportunidades en los mercados.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 9 11-16 Junio	E-Commerce: importancia, características, historia, evolución.	Identifica los cambios del e-commerce en el tiempo.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Muestra destreza en el reconocimiento de las características del e-commerce.	06
Semana N° 10 18-23 Junio	Tipos de e-commerce	Analiza y evalúa los negocios virtuales.		Muestra destreza en el reconocimiento de negocios de e-commerce.	06
Semana N° 11 25-30 Junio	El valor de los sistemas de información. La cadena de valor virtual y el cliente.	Analiza y evalúa las características, de la cadena de valor virtual en los clientes.		Determina las fases que sigue el proceso de la cadena de valor virtual.	06
Semana N° 12 02-07 Julio	Marketing digital para e-commers	Mencionan los medios de las organizaciones como propuesta de e-commerce		Muestra destreza en la elaboración de estrategias de marketing digital.	06

TRABAJO ACADÉMICO CORRESPONDIENTE A LA UNIDAD N° III: Casos de estudio.

UNIDAD IV
EVALUACIÓN DEL PLANEAMIENTO EMPRESARIAL

C4: Evalúa el planeamiento empresarial de administración electrónica considerando los protocolos de seguridad de la comercialización.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	CONTENIDOS ACTITUDINALES	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / EVALUACIÓN	HORAS
Semana N° 13 09-14 Julio	Planificación de negocios electrónicos: definición de la cadena de valor, visión, misión, objetivos y metas.	Desarrolla el proceso de elaboración de la cadena de valor, visión, misión, objetivos y metas.	Asiste puntualmente a las clases. Participa activamente. Valora la importancia de su formación profesional. Escucha y debate los conocimientos adquiridos. Formula y expresa nuevos conocimientos. Cumple con las tareas asignadas en los plazos previstos.	Muestra destreza en el reconocimiento de los elementos de la Planificación de negocios electrónicos.	06
Semana N° 14 16-21 Julio	Planeamiento de negocios: análisis DAFO	Analiza y evalúa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.		Muestra destreza en el reconocimiento de los elementos del DAFO	06
Semana N° 15 23-27 Julio	Planeamiento de negocios: definición y selección de iniciativas e-business.	Analiza y evalúa las estrategias de e-business.		Elabora iniciativas de e-business.	06
Semana N° 16 30 Jul-04 Ago.	Evaluación e indicadores del plan de negocios electrónico.	Analiza y evalúa las medidas de control de un plan de negocios.		Muestra destreza en el reconocimiento de indicadores de evaluación del plan de negocios electrónico.	06

VI. METODOLOGÍA

6.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, memorización; elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

6.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Las nuevas tecnologías de información nos permiten una mejor comunicación entre los seres humanos y un mayor aprendizaje del mundo circundante. Para ello aplicaremos aquellos sitios web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la Word Wide Web. Aplicando el Web 2.0, plataformas virtuales, Google Drive, Google Classroom, Prezi, Cmap Tools y otros.

VIII. EVALUACIÓN

- De acuerdo al **COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS** de esta Superior Casa de Estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Los exámenes y otras formas de evaluación se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor de estudiante”.
- Del mismo modo, en referido documento en su artículo 16°, señala: “Los exámenes escritos son calificados por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”

- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes, se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:

N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EXAMEN PARCIAL	30%
02	EF	EXAMEN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará en base a la siguiente manera:

$$NF = \frac{EP*30\%+EF*30\%+ TA*40\%}{100}$$

Criterios:

- EP = De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- EF =De acuerdo a la naturaleza de la asignatura.
- TA =Los trabajos académicos serán consignadas conforme al COMPENDIO DE NORMAS ACADÉMICAS de esta Superior Casa de Estudios, según el detalle siguiente:

- a) Prácticas Calificadas.
- b) Seminarios calificados.
- c) Exposiciones.
- d) Trabajos monográficos.
- e) Investigaciones bibliográficas.
- f) Otros que se crea conveniente de acuerdo a la naturaleza de la asignatura.

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN

9.1 Bibliográficas:

1. Amaru Antonio César. (2008). *Administración para emprendedores*. México: Editorial Pearson Prentice Hall.
2. Castells, M. (2006). *La sociedad red*. España: Alianza editorial.
3. Chiavenato I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*. Colombia: Editorial McGraw Hill. Bogotá.
4. Del Rivero, M. (2017). *Smart Cities*. España: LID Editorial Empresarial.
5. Griffin, Ricky. (2011). *Administración. Un enfoque basado en competencias. 11va. Ed.* México: Editorial Cengage.
6. Hinojosa Mora, M. E. (2008). *Pensamiento Creativo*. México: Editorial Trillas.
7. Moreno, M. (2015). *Como triunfar en las redes sociales*. España: Ediciones gestión 2000.
8. Moschini, S. (2012). *Claves del marketing digital. (1ra. Ed.)*. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, S.L.
9. Palomares Borja, J. A. (2011). *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia. 2da edición*. España: ESIC Editorial.
10. Revilla, N. (2018). *Social Selling*. España: Bubok Publishing
11. Rojas, P. (2017). *Como monetizar las redes sociales*. España: LID Editorial Empresarial.
12. Sainz de vicuña, J. (2017). *El plan de marketing digital en la práctica. (2da. Ed.)*. España: ESIC
13. Spendolini, M. J. (2005). *Benchmarking*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
14. Stiglitz, J. y Greenwald, B. *La creación de una sociedad del aprendizaje*. España: Editorial Critica.
15. Somalo, N. (2017). *Marketing digital que funciona*. España: LID Editorial Empresarial.

9.2 Electrónicas:

1. UNESCO. *Hacia las sociedades del conocimiento*. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>
2. Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León (ORSI). *Marketing digital para Pymes*. Disponible en: <https://www.cyldigital.es/sites/default/files/library/guiamarketingdigital.pdf>
3. Famet-Andalucía. Disponible en: <https://autonomasenred.files.wordpress.com/2015/03/ebook2-introduccion-al-marketing-digital.pdf>

4. López, M. 2009. Marketing On Line. Disponible en: http://www.mfbarcell.es/documentos_destacados/Libro-SEO-Posicionamiento-en-Buscadores.pdf
5. Solo marketing. Guía SEO. Disponible en: [https://solomarketing.es/wp-content/uploads/e-book-SEO-para-SSM-Solomarketing\(1\).pdf](https://solomarketing.es/wp-content/uploads/e-book-SEO-para-SSM-Solomarketing(1).pdf)
6. Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Reflexiones, vol. 91, núm. 2, 2012, pp. 121-128. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Lima, 26 de abril del 2018

.....
Juan Roberto Chávez Navarro
Código: 2015029
Correo: jchaveznavarro@gmail.com