



## FACULTAD DE ADMINISTRACION

---

**Asignatura: Administración Electrónica**

**Código: 7A0283**

### 1. DATOS GENERALES

1.1. DEPARTAMENTO	: Gestión Empresarial e Institucional
1.2. ESCUELA PROFESIONAL	: Administración Privada
1.3. ESPECIALIDAD	: Marketing
1.4. NOMBRE DE LA CARRERA	: Licenciado en Administración Con mención en Marketing
1.5. CICLO DE ESTUDIOS	: VI Ciclo
1.6. CREDITOS	: 4
1.7. AREA DE LA ASIGNATURA	: Administración
1.8. CONDICION	: Obligatoria
1.9. PRE-REQUISITOS	: Sistema de Información Gerencial
1.10. HORA DE CLASE SEMANAL	: 5 (Teórico: 3 Práctico: 2)
1.11. HORAS DE CLASE TOTAL	: 85
1.12. PROFESOR RESPONSABLE	: Lic. Yardená Julca Hernández
1.13. AÑO LECTIVO ACADEMICO	: 2008-II

### 2. 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.

### 3. OBJETIVOS GENERALES

El estudiante comprenderá la importancia de la administración electrónica desde un punto de vista empresarial ya que constituye una nueva vía de obtención de información y un potente vehículo de comercialización y distribución entre empresas y clientes.

### 4. APORTE DE LA ASIGNATURA AL PERFIL PROFESIONAL

El conocimiento del Comercio Electrónico y de las nuevas formas de negocios actuales y futuras son herramientas que permiten al profesional egresado mantenerse a la vanguardia de los cambios en los procesos de negociación. El futuro profesional después de este curso estará preparado para analizar y comprender las políticas económicas y comerciales de los principales mercados virtuales del mundo, así como estará preparado para identificar oportunidades de negocios electrónicos.

## 5. ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°	DENOMINACION	N° DE HORAS
Unidad I	Comercio Tradicional y Comercio Electrónico	12
Unidad II	Comercio Electrónico en el derecho Peruano	10
Unidad III	Modelos de Ventas en la Web	08
Unidad IV	Estrategias de Marketing y Publicidad en la Web	12
EXAMEN PARCIAL		03
Unidad V	Estrategias InterEmpresariales	12
Unidad VI	Modelos de Negociación en Internet	08
Unidad VII	Aspectos Éticos y Legales del Comercio Electrónico	12
EXAMEN FINAL		03
EXAMEN SUSTITUTORIO Y APLAZADOS		05
TOTAL HORAS		85

## 6. PROGRAMACIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE

### PRIMERA SEMANA

Primera Sesión

El Comercio Tradicional.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante reconozca las características del comercio tradicional.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda Sesión

El Comercio Electrónico.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda los conceptos básicos del comercio electrónico.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### SEGUNDA SEMANA

Primera Sesión

Cadenas de Valor en el Comercio Electrónico.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante diferencie entre las actividades primarias y de apoyo en el comercio electrónico.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

El comercio electrónico y el derecho peruano.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca el marco legal para las actividades en Internet según la legislación peruana.

Bibliografía: Comercio Electrónico. "El comercio electrónico en el derecho peruano". Carlos Alberto Soto Coahuila.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### **TERCERA SEMANA**

#### Primera Sesión

Costos de la seguridad en Internet.

Que el estudiante comprenda los costos y la importancia del concepto de seguridad en los usos comunes en la Internet.

Objetivo Especifico:

Bibliografía: Comercio Electrónico. “La fábula de los tres chanchitos. Internet y los nuevos paradigmas contractuales”. Alfredo Bullard González.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Contratos en Internet.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda los usos y modalidades que puede presentar los contratos por Internet.

Bibliografía: Comercio Electrónico. “La fábula de los tres chanchitos. Internet y los nuevos paradigmas contractuales”. Alfredo Bullard González.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### **CUARTA SEMANA**

#### Primera Sesión

Ventas en la web.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca los diferentes medios de ventas en la web.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

### **QUINTA SEMANA**

#### Primera Sesión

Estrategias de mercadotecnia.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca las estrategias de mercadotecnia aplicadas al ámbito de Internet.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Segmentación de los mercados.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda como varían el tema de la segmentación de mercados al aplicarse al entorno virtual.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### **SEXTA SEMANA**

#### Primera Sesión

Comportamiento del consumidor.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca cual es el comportamiento de los consumidores en Internet.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Publicidad en la web.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca los tipos de publicidad disponibles en la web.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### **SEPTIMA SEMANA**

Primera Sesión

Mercadotecnia por correo electrónico.

Que el estudiante conozca como se llega al consumidor a través de su correo.

Objetivo Especifico:

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

### **OCTAVA SEMANA**

Primera Sesión

Manejo de la relación con el cliente.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda como se realiza la relación con el cliente por Internet.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

**EXAMEN PARCIAL**

### **NOVENA SEMANA**

Primera Sesión

Creación de marcas en la web.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca la importancia de la creación de las marcas por Internet.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Motores de búsqueda y directorios web.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca la importancia de los buscadores en la estrategia empresarial web.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

### **DECIMA SEMANA**

Primera Sesión

Compras, logística y actividades de apoyo.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda la importancia de la logística en los negocios por Internet.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:  
Intercambio electrónico de datos.  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca la tecnología EDI, y su importancia en los procesos logísticos.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

#### **DECIMA PRIMERA SEMANA**

Primera Sesión  
Administración de cadenas de suministro.  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca la importancia de la integración de procesos logísticos.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:  
Mercados empresariales electrónicos.  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca los diferentes tipos de comercio entre empresas por Internet.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

#### **DECIMA SEGUNDA SEMANA**

Primera Sesión  
El modelo de las subastas en Internet.  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca cuales son los principales tipos de subastas por Internet.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:  
Control de lectura. Discusión de la lectura.  
Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.  
Actividad: Evaluación escrita.

#### **DECIMA TERCERA SEMANA**

Primera Sesión  
Las comunidades virtuales y los portales web.  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca la importancia y presencia de los portales y su rol en Internet.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:  
Naturaleza internacional del comercio electrónico  
Objetivo Especifico:  
Que el estudiante conozca el aspecto internacional de la Internet y las implicancias de ello.  
Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.  
Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

## **DECIMA CUARTA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Entorno legal del comercio electrónico.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca los principales debates legales sobre el comercio electrónico.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Control de lectura. Discusión de la lectura.

Objetivo específico: Reforzamiento de los conocimientos adquiridos.

Actividad: Evaluación escrita.

## **DECIMA QUINTA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Terrorismo y delitos en la web.

Que el estudiante comprenda acerca de los diferentes mecanismos de mal uso de la Internet.

Objetivo Especifico:

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

Segunda sesión:

Aspectos éticos en la web.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante comprenda el concepto de ética en la web.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

## **DECIMA SEXTA SEMANA**

### **Primera Sesión**

Impuestos en el comercio electrónico.

Objetivo Especifico:

Que el estudiante conozca los aspectos tributarios a considerar para los negocios virtuales.

Bibliografía: Comercio Electrónico. Gary P. Schneider.

Actividad: Lecturas. Desarrollo del tema.

**Segunda sesión:**

**EXAMEN FINAL**

## **DECIMA SEPTIMA SEMANA**

### **Primera Sesión**

**EXAMEN SUSTITUTORIO**

### **Segunda Sesión**

**EXAMEN APLAZADOS**

## **7. ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

### **7.1. Métodos**

Exposiciones teórico-prácticas, de tipo inductivo, sobre temas escogidos.

Presentación de informes grupales.

### **7.2. Técnicas**

Trabajo de investigación a nivel personal y grupal.

### **7.3. Medios Didácticos**

Materiales: Diapositivas, Videos.

Equipos: Proyector multimedia, Equipo de Cómputo, Dvd.

## **8. EVALUACIÓN**

### **8.1. Técnicas**

Evaluación oral y escrita.

### **8.2. Instrumentos**

Exámenes, trabajo de investigación, exposiciones.

### **8.3. Criterios**

Se evaluará la asistencia y la participación en cada clase.

### **8.4. Aspectos**

El promedio final se obtiene de las evaluaciones parciales, del trabajo de grupo, de las exposiciones y la participación.

## **9. BIBLIOGRAFIA**

Negocios en Internet: e-commerce,  
correo electrónico, firma digital

Heriberto Simón Hocsman.  
Astrea de A. y R. Depalma. 2005.

Comercio Electrónico

Gary P. Schneider.  
International Thomson Editores. 2003.

Comercio Electrónico

Instituciones de Derecho Privado.  
Editorial Temis. Ara Editores. 2003.

Negocios a la velocidad de Internet:  
(The 10-second Internet Manager)

Mark Breier.  
Grupo Editorial Norma. 2000.