



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