FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO

E – BUSINESS (E)

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico : Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional : Administración/ Administración de Negocios Internacionales/ Gestión de Recursos Humanos/ Marketing.
3. Programa : Pregrado
4. Semestre Académico : 2025 – II
5. Tipo de asignatura : Electivo
6. Modalidad de asignatura : Virtual
7. Código de asignatura : 024375E5026 (ADM.) / 024375E5027 (ANI) /024375E5028 (GRH) /024375E5029 (MK) /
8. Ciclo : Noveno
9. Créditos : 2
10. **Horas semanales totales** **: 4**
    - Horas lectivas de teoría : 1
    - Horas lectivas de práctica : 2
    - **Horas lectivas totales** **: 3**
    - Horas no lectivas de teoría : -
    - Horas no lectivas de práctica : -
    - Horas no lectivas totales **: -**
    - **Horas de Trabajo Independiente** **: 1**
11. Requisitos : Bionegocios (Administración, Gestión de Recursos Humanos, Marketing), Bionegocios Internacionales (Administración de Negocios Internacionales),
12. Docente : Cruz, Wilmer.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados gerenciales, tiene como propósito aplicar las tecnologías de la información y comunicaciones en la gestión de los procesos internos y externos de los negocios para hacerlos más eficientes y eficaces.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. La economía digital y los negocios electrónicos. 2. E-commerce versus E-Business. 3. El E-Business y las plataformas empresariales digitales 4. Estrategia e Implementación del E-Business.

La asignatura exige del estudiante la presentación de un informe académico para mejorar la eficiencia y competitividad de una organización específica, que considere el uso las tecnologías de información y comunicación y del e-business para producir innovación en modelos de negocio, procesos y productos en el contexto empresarial.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Uso de tecnología

Utiliza eficazmente las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

3.2. Componentes

Capacidades

- Aplica estrategias tecnológicas y de gestión bien definidas, con visión global del desempeño empresarial, considerando la necesidad de optimizar los procesos del negocio.
- Propone estrategias orientadas al posicionamiento del producto en el mercado en diversos escenarios, con uso de la tecnología y sus posibles riesgos.
- Planifica y gestiona estrategias competitivas, orientadas a la generación de valor a la empresa, a través de procesos de comunicación y colaboración digital.
- Gestiona información de diversa índole a través del uso de tecnología, aplicable en la toma de decisiones empresariales.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona.
- Búsqueda de la excelencia.
- Conservación ambiental.
- Liderazgo (académico y tecnológico y otros).

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 LA ECONOMÍA DIGITAL Y LOS NEGOCIOS ELECTRÓNICOS								
CAPACIDAD: Aplica estrategias tecnológicas y de gestión bien definidas, con visión global del desempeño empresarial, considerando la necesidad de optimizar los procesos del negocio.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
1	• Rol de los sistemas de información en los negocios actuales, los negocios electrónicos enfoque y tendencias	• Comprende los alcances del silabo: competencia, capacidades, contenidos, normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. • Examen de entrada • Compara en un cuadro las tendencias de los negocios electrónicos en el tiempo.	Sesión en línea N°1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas Exposición dialogada	1	2	-	-	1
		• **Actividad 1: Taller**: • Foro 1: Rol de los sistemas de información en los negocios actuales • Foro 2: Los negocios electrónicos enfoque y tendencias	Desarrollo de foro					
2	• Fundamento de E-Business: antecedentes,conceptualización, características y ventajas	• Menciona ejemplos de soluciones de negocios electrónicos novedosos. • **Organiza el trabajo de investigación** (informe para mejorar la eficiencia y competitividad de una organización) • **Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa**.	Sesión en línea N°2 Exposición interactiva Dialogo Formación de grupos	1	2	-	-	1
		• **Actividad 2: Taller de desarrollo de caso** introductorios al trabajo de investigación • **Caso:** Evaluación de una empresa o marca que se haya adaptado a la emergencia sanitaria por el COVID-19.	Taller sobre solución de caso					
3	• Clasificación de E-Business: B2C, B2B, B2G,C2C. • Proceso de negocios electrónicos: Preventa,venta, cobranza, entrega y Post venta	• Analiza los procesos y herramientas de los negocios electrónicos, con ejemplos prácticos	Sesión en línea N°3 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 3: Taller**: Analizar y dar ejemplos de la clasificación de E-Business • Foro 3: Experiencia del Proceso para adquirir productos de uso personal o negocio	Taller interactivo Foro					
4	• Tipos de aplicaciones de negocios electrónicos: E-CRM, E-Commerce, E-SCM, E-Marketplaces, E-Procurement.	• Mediante un caso, reconoce la magnitud de datos que generan las organizaciones y la necesidad de su adecuada gestión.	Sesión en línea N°4 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 4: Taller de Lectura,** Propuesta: Empresa de comercio electrónico móvil dedicada aimpulsar a conciertos. • **Tutoría**: **Monitoreo I: Presentación del Plan Investigación Formativa (para la elaboración de** un informe académico para mejorar la eficiencia y competitividad de una organización específica, que considere el uso las tecnologías de información y comunicación y del *e-business* para producir innovación en modelos de negocio, procesos y productos en el contexto empresarial).	Taller sobre control de lectura Realimentación docente					

UNIDAD 2 E-COMMERCE VERSUS E-BUSINESS								
CAPACIDAD: Propone estrategias orientadas al posicionamiento del producto en el mercado en diversos escenarios, con uso de la tecnología y sus posibles riesgos.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
5	• E-commerce como modelo de negocio. Ventajas y desventajas. • Herramientas de gestión de contenidos y redes sociales • Cómo crear tu e-commerce en los tiempos actuales.	• Compara herramientas web para crear nuevos medios de comunicación en la empresa. • Establece las características del e-commerce como modelo de negocios, sus ventajas y desventajas.	Sesión en línea N°5 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 5:** Visionado de videos sobre *Hootsuite tutorial*, https://www.youtube.com/watch?v=iS80zyFP7Uk • Foro 4: Opinión sobre uso de Hootsuite en empresas, considerando adaptarse a la emergencia sanitaria por el COVID-19 y pospandemia.	Recensión de video Foro					
6	• Herramientas de **social media** para empresas:funcionamiento, análisis y evaluación. • Estrategias de e-commerce.	• Reconoce y aplica diversas herramientas web para detectar clientes potenciales y generar tráfico de visitas. • Visiona el video 7 ejemplos de estrategias de e-commerce que funcionan • https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-ecommerce-tipos-como-crearlo-y-ejemplos • Caso de estudio de autos japoneses para ingresar a Estados Unidos.	Sesión en línea N°6 Exposición dialogada Caso didáctico	1	2	-	-	1
		• **Actividad 6: Resuelve un dilema ético:** Obtener información por medios ilegales para trabar a la competencia en el mercado. • Reflexión de los valores institucionales de la USMP.	Taller Informe de dilema ético					
7	• ¿Qué es el e – business y cómo funciona? • Plataformas para lograr visibilidad de una empresa,marca, producto y/o servicios en plataforma digital.	• Realiza diseño de sitio web orientado a los e-business.	Sesión en línea N°7 Exposición dialogada	1	2	-	-	1
		• **Actividad 7:** Taller sobre visionado de video sobre búsqueda de antecedentes de marcas • **Monitoreo II:** Reporte de recopilación y análisis de la información:	Presentación efectiva Realimentación docente					
8	• Prototipo del portal de negocio electrónico	• **Actividad 8:** Presenta prototipos de portales de negocios exitosos	Sesión en línea N°8 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje		Actividad aplicativa Evaluación					

UNIDAD 3 EL E-BUSINESS Y LAS PLATAFORMAS EMPRESARIALES DIGITALES								
CAPACIDAD: Planifica y gestiona estrategias competitivas, orientadas a la generación de valor a la empresa, a través de procesos de comunicación y colaboración digital.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
9	• El social media y su impacto transversal en las empresas, el papel del Community Manager y habilidades en la economía digital. Herramientas de análisis para identificar el tráfico de visitas y clientesen las redes sociales.	• Describe el rol de un Community Manager entre las empresas y sus clientes. Analiza las oportunidades en las Redes Sociales para optimizar estrategias de comunicación y venta con clientes.	Sesión en línea N°9 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 9**: Taller: Test Community manager	Taller interactivo Foro					
10	• Uso de las principales redes sociales: Blog, Facebook, Wikis, Twiter, Myspace, Linked In,friendster, vado. • Posicionamiento web: SEO, SEM, SMO, SMM y SERM	• Uso de las principales redes sociales para gestionar una empresa	Sesión en línea N°10 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 10**: Taller sobre visionado de video: El uso de redes sociales en empresas • Foro 5: Experiencia en Similar Web	Taller sobre visionado de video Foro					
11	• XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	• **Actividad 11:** Elabora reportes de participación en la XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	Sesión en línea 11 Seminarios de discusión Reportes	1	2	-	-	1
12	• Proveedores, diseño y contenido sitio web de negocios: dominio, hosting, contenido y diseño web. • La creación de valor agregado en el uso de redes sociales.	• Desarrolla simulación de creación dominio para web page • Foro 6: Experiencias con la seguridad en línea. ¿Cómo corroboro que una empresa tiene estrategias de seguridad?	Sesión en línea N°12 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		• **Actividad 12: Monitoreo III,** Presenta el esquema de redacción y avance del informe final.	Exposición de avance Reporte Realimentación docente					

UNIDAD 4 ESTRATEGIA E IMPLEMENTACIÓN DEL E-BUSINESS								
CAPACIDAD: Gestiona información de diversa índole a través del uso de tecnología, aplicable en la toma de decisiones empresariales.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
13	• Creación de una estrategia de seguridad, sus aspectos legales en los modelos de negocios online. • Seguridad en línea y métodos de pago por internet, los blockchain y criptomonedas.	Identifica riesgos de piratería, copia, espía, competencia desleal, webs y redes sociales, dropshipping, los medios de pago y ciber-delincuencia y su impacto.	Sesión en línea N°13 Exposición dialogada Foro	1	2	-	-	1
		Actividad 13: **Monitoreo IV.** Presenta el informe final de Investigación Formativa.	Presentaciones efectivas Realimentación docente					
14	• Seguridad en línea y procesos de cobro por Internet: Transferencia electrónica. • Aspectos legales de un Negocio Virtual. Legislación de E Business: Ley 28493, Ley 28289,Ley 27269, Ley 27863, DS. n. 031-2005-MTC.	Reconoce los procesos de cobro, la ciber-delincuencia y su impacto en los negocios electrónicos. Los aspectos legales para un Negocio Electrónico.	Sesión en línea N°14 Exposición dialogada	1	2	-	-	1
		Actividad 14: Taller Identificar los métodos de pago en línea más utilizados por los peruanos (indicar los nombres de las empresas)	Taller interactivo Foro					
15	• Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración de la monografía.	Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración de la monografía.	Sesión en línea N°15 Sustentaciones individuales del trabajo de investigación	1	2	-	-	1
		Actividad 15: Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del informe académico para mejorar la eficiencia y competitividad de una organización específica, que considere el uso las tecnologías de información y comunicación y del e-business para producir innovación en modelos de negocio, procesos y productos en el contexto empresarial.	Sustentaciones individuales del trabajo de investigación					
16	**Examen final:** Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje.		Sesión en línea N°16 Evaluación	1	2	-	-	1
			Retroalimentación					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.

- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, foros, chats, correo, video tutoriales, wikis, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. ***Evalúa preferentemente el saber hacer*** y ***las actitudes*** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: EP = (EP1 x 0.25) + (EP2 x 0.25) + (EP3 x 0.25) + (EP4 x 0.25).
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), ***examinándose preferentemente el saber conceptual*** y ***el saber hacer.*** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: ER = (Ep x 0.4) + (Ef x 0.6).

El **Promedio final (PF) r**esulta de la aplicación de la siguiente fórmula: $$PF = \frac{EP + ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- International Trade Center (2010). *Secrets of Electronic Commerce*. (2a. Edición, Geneva. International Trade Center (ITC).
- Tarnay, K. (2013). *Research and Development in E-Business through Service-Oriented Solutions.* UK. IGI Global.
- Laudon, K. & Guercio, C. (2010). *E-commerce, negocios, tecnología, sociedad*. (4ta. Ed.). México: Prentice Hall.
- Amor, D. (2001) *La (r)evolución E-business: claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado*. Brasil. Prentice Hall
- Fernando M. & Javier G. *Posicionamiento en buscadores*. Madrid: Anaya.

8.2. Hemerográficas

- Morris, E. (1997). *El modelo funcional de la empresa: Base para los cambios organizacionales*. Revista: Computer World. N° 114.
- Morris, E. (1997). *Sistemas de Información Gerencial*. Revista: Computer World. N° 108.

8.3. Electrónicas

- CBI. (2008). *CBI Export Manual*: https://www.cbi.eu/market-information/

Sistematizado por: René Del Águila Riva	**Fecha:** 26 de julio de 2025	**Revisión pedagógica:** René Del Águila Riva