

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELAS PROFESIONALES DE ADMINISTRACIÓN, ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES,
GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS Y MARKETING**

SÍLABO

Adecuado en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19

E - BUSINESS (E)

Asignatura no presencial

I. DATOS GENERALES

- | | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1. Departamento Académico | : Ciencias administrativas y Recursos Humanos |
| 1.2. Semestre Académico | : 2021 – I |
| 1.3. Código de asignatura | 024238 |
| 1.4. Ciclo | : Noveno (Administración – Administración de Negocios Internacionales - Gestión de Recursos Humanos – Marketing) |
| 1.5. Créditos | 2 |
| 1.6. Horas semanales totales | 4 |
| 1.6.1 Horas de teoría y práctica | : HT 1 – HP 2 |
| 1.6.2 Horas de trabajo independiente | : 1 |
| 1.7. Requisito(s) | : Sistemas de Información (Administración) / Proyectos de Exportación e Importación (Administración de Negocios Internacionales) / Bionegocios (Gestión de Recursos Humanos) / E- marketing (Marketing) |
| 1.8. Docente | : Comisión de sílabos. |

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional gerencial, es teórico - práctica y tiene por propósito aplicar tecnología de la información en la gestión de los negocios. Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Uso de la tecnología de la información para gestión de negocios; 2. Métodos para posicionar páginas webs; 3. Community Management; 4. Aspectos legales y seguridad del comercio electrónico. La asignatura exige del estudiante la presentación de un informe para mejorar la eficiencia y competitividad de una organización específica, que considere el uso la tecnología de información.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Desarrolla propuestas de valor con uso de la tecnología para mejorar la competitividad de las organizaciones, considerando los avances tecnológicos.

3.2. Componentes

Capacidades

- Aplica la tecnología de la información para gestión de negocios, de acuerdo a las áreas de una empresa.
- Propone estrategias para posicionar páginas webs, con uso de buscadores libres y pagados
- Gestiona las redes sociales, considerando las actividades de la empresa
- Emplea los instrumentos jurídicos de e-business, considerando la seguridad y garantía.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona,
- Compromiso,
- Conservación ambiental,
- Búsqueda de excelencia.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 USO DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN PARA GESTIÓN DE NEGOCIOS					
CAPACIDAD: Aplica la tecnología de la información para gestión de negocios, de acuerdo a las áreas de una empresa					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
1	Rol de los sistemas de información en los negocios actuales, los negocios electrónicos enfoque y tendencias	- Presentación del silabo: competencia, capacidades, contenidos, normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. - Compara en un cuadro las tendencias de los negocios electrónicos en el tiempo - Examen de entrada (Quizziz)	Sesión en línea N°1 Evaluación diagnóstica Orientaciones académicas Exposición dialogada	1 HT	1
		- Foro 1: Rol de los sistemas de información en los negocios actuales - Foro 2: Los negocios electrónicos enfoque y tendencias	Actividad aplicativa N°1 Foro	2 HP	
2	Fundamento de E-Business: antecedentes, definición, 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 – Dialogo Formación de grupos	1 HT	1
		Visionado de videos introductorios al trabajo de investigación - Caso: Evaluación de una empresa o marca que se haya/esté adaptado/adaptando a la emergencia sanitaria por el COVID-19	Actividad aplicativa N°2 Recensión de video Solución de caso	2 HP	
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 - Diálogo Foro	1 HT	1
		Taller: Analizar y dar ejemplos de la clasificación de E-Business - Foro 3: Experiencia del Proceso para adquirir productos de uso personal o negocio	Actividad aplicativa N°3 Exposición Foro Taller	2 HP	
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 - Diálogo Foro	1 HT	1
		Lectura: Propuesta: Empresa de comercio electrónico móvil dedicada a impulsar a conciertos. Tutoría: Monitoreo I: Presentación del Plan Investigación Formativa	Actividad aplicativa N°4 Control Presenta Plan de Investigación	2 HP	

UNIDAD 2 MÉTODOS PARA POSICIONAR PÁGINAS WEBS					
CAPACIDAD: Propone estrategias para posicionar páginas webs con uso de buscadores libres y pagados.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
5	- Introducción, definición, diferencias de web 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0 - Herramientas de gestión de contenidos y redes sociales	Compara herramientas web para crear nuevos medios de comunicación en la empresa.	Sesión en línea N°5 Exposición - Diálogo Foro	1 HT	1
		Visionado de videos sobre versión del futuro y plataforma Hootsuite - Foro 4: Opinión sobre uso de Hootsuite en empresas, considerando adaptarse a la emergencia sanitaria por el COVID-19	Actividad aplicativa N°5 Recensión de video Foro	2 HP	
6	Herramientas de Social media para empresas: funcionamiento, análisis y evaluación.	Reconoce y aplica diversas herramientas web para detectar clientes potenciales y generar tráfico de visitas.	Sesión en línea N°6 Exposición - Diálogo	1 HT	1
		Dilema ético: Obtener información por medios ilegales para trabar a la competencia en el mercado.	Actividad aplicativa N°6 Informe de dilema ético Foro	2 HP	
7	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 - Diálogo	1 HT	1
		Visionado de video sobre búsqueda de antecedentes de marcas Monitoreo II: Reporte de recopilación y análisis de la información:	Actividad aplicativa N°7 Presentación efectiva Tutoría	2 HP	
8	Prototipo del portal de negocio electrónico	Presenta prototipos de portales de negocios exitosos	Sesión en línea N°8 Exposición Foro	1 HT	1
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje.		Actividad aplicativa N°8 Evaluación	2 HP	

UNIDAD 3 COMMUNITY MANAGEMENT					
CAPACIDAD: Gestiona las redes sociales considerando las la actividad de la empresa					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
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 clientes en 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 – Diálogo Foro	1 HT	1
		Taller: Test Community manager	Actividad aplicativa N°9 Foro Taller	2 HP	
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 – Diálogo Foro	1 HT	1
		Visionado de video sobre uso de redes sociales en empresas - Foro 5: Experiencia en Similar Web	Actividad aplicativa N°10 Taller Foro	2 HP	
11	Experiencias empresariales y de negocios.	Elabora reportes de participación en los seminarios de discusión de la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y Congresos de Especialidad.	Sesión en línea N°11 Conferencias Reporte	1 HT	1
			Actividad aplicativa N°11 Reportes	2 HP	
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 Foro	1 HT	1
		Monitoreo III: Presentación de un esquema de redacción del informe final.	Actividad aplicativa N°12 Exposición de avance Reporte	2 HP	

UNIDAD 4 ASPECTOS LEGALES Y SEGURIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO					
CAPACIDAD: Emplea los instrumentos jurídicos de e- business considerando la seguridad y garantía					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS TRAB. INDEP.
13	- La 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 – Dialogo Foro	1 HT	1
		Presentación del informe final de Investigación Formativa.	Actividad aplicativa N°13 Presentación Exposiciones Foro	2 HP	
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 - Diálogo	1 HT	1
		Taller: Identificar los métodos de pago en línea más utilizados por los peruanos (indicar los nombres de las empresas) y analizar cuáles pueden haber tenido mayor acogida ante la emergencia sanitaria por el COVID-19	Actividad aplicativa N°14 Taller Foro	2 HP	
15	Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura.	- Utiliza la técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos. - Discusión de la adaptación de las empresas frente a la emergencia sanitaria por el COVID-19, considerando los contenidos conceptuales del curso.	Sesión en línea N°15 Exposición – Diálogo Foro	1 HT	1
		Utiliza la técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos.	Actividad aplicativa N°15 Reporte Tutoría	2 HP	
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 HT	1
			Actividad aplicativa N°16 Retroalimentación	2 HP	

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orientan al desarrollo de capacidades y la construcción de saberes por los estudiantes, aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social.

Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias del 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 (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros, videos explicativos (recensión), plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica y asíncrona.

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.

Por ello, de acuerdo con el modelo educativo, el profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura a, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de sus conocimientos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia investigativa del cumplimiento del sílabo.

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: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **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: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta 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/>