



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN  
Programa de la asignatura



### Comercio Electrónico

<b>Clave:</b>	<b>Semestre:</b> Entre 5° y 8	<b>Área o campo de conocimiento:</b> Mercadotecnia	<b>No. Créditos: 8</b>
<b>Carácter: Optativa de elección profesionalizante</b>		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo: Teórica</b>		<b>Teoría:</b>	<b>Horas al semestre</b>
		<b>Práctica:</b>	
		4	0
<b>Modalidad: Curso</b>		<b>Duración del programa: Semestral</b>	

<p><b>Seriación:</b> Si ( ) No ( x ) <b>Obligatoria</b> ( ) <b>Indicativa</b> ( )</p> <p>Asignatura antecedente: Ninguna Asignatura subsecuente: Ninguna</p> <p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Que el alumno comprenda las características y regulaciones del comercio electrónico para que sea capaz de crear y desarrollar negocios innovadores aprovechando la tecnología.</p>
--

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
I	Introducción al Internet	9	0
II	Conceptos básicos del comercio electrónico a través de Internet	10	0
III	Aspectos generales de negocios a considerar antes de incursionar en el comercio electrónico	12	0
IV	Diseño de sitios comerciales para Internet	10	0
V	Mercadotecnia en Internet	12	0
VI	Aspectos legales y éticos en el comercio electrónico	11	0
<b>Total de horas:</b>		<b>64</b>	

**Bibliografía básica:**

1. AMEZCUA Ornelas, Norahenid. *Commerce en México. Aspectos legales*. México: Sicco, 2000, 165 pp.
2. BISHOP, Bill. *Marketing estratégico para la era digital*, México: CECSA, 2000, 225 pp.
3. BOEN Oelkers Dotty. *Comercio electrónico*. México: Thomson. Serie Business, 2004, 167 pp.
4. ISLAS Octavio, Gutiérrez Fernando. *.com Probado. Experiencias de empresas exitosas de Internet en México*, México: Asociación Mexicana de Internet AMIPCI, CECSA, 2002, 269 pp.
5. LAMBIN, Jean-Jaques, *Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado*, México Mc Graw Hill, 2009, 596 pp.
6. LEHMANN, Donald, *Administración del Producto*, México, Mc Graw Hill, 2007, 502 pp.

**Bibliografía complementaria:**

1. CZINKOTA Michael R, Kotable Masaki. *Administración de Mercadotecnia*, México: Thomson, 2ª Edición, 2001, 599pp.
2. FERNADEZ Valiñas Ricardo. *Fundamentos de Mercadotecnia*, México: Thomson, 2002, 336 pp.
3. FISCHER Laura, Espejo Jorge. *Mercadotecnia*, México: Mc Graw Hill, 3ª Edición, 2004, 540 pp.
4. KERIN A. Roger, Berkowitz N. Eric, Hartley W. Steven, Rudelius William. *Marketing*, México: Mc Graw Hill, 7ª Edición, 2003, 857 pp.
5. KOTLER Philip. *Dirección de Marketing* (La edición del milenio), México: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2001, 718 pp.
6. KOTLER Philip, Armstrong Gary. *Fundamentos de Marketing*, México: Pearson Prentice Hall, 6ª Edición, 2003, 589 pp.
7. KOTLER Philip, Armstrong Gary. *Marketing*, México: Pearson. Prentice Hall, 8ª Edición, 2001, 691 pp.
8. LAMB W. Charles, Hair F. Joseph, MC Daniel Carl. *Marketing*, México: Thomson, 6ª Edición, 2002, 751 pp.
9. MC CARTHY Jerome, Perreault William. *Marketing, Un Enfoque Global*, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2001, 797 pp.
10. SANDHUSEN Richard L. *Mercadotecnia*, México: CECSA, 2002, 660p.p.
11. STANTON William. Etzel Michael, Bruce J. Walker. *Fundamentos de Marketing*, México: Mc Graw Hill, 13ª Edición, 2003, 764 pp.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	( X )
Exposición audiovisual	( X )
Ejercicios dentro de clase	( X )
Ejercicios fuera del aula	( X )
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	( )
Trabajo de investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otras: _____	( )

**Mecanismos de evaluación del aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes parciales	( X )
Examen final escrito	( X )
Trabajos y tareas fuera del aula	( X )
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	( X )
Asistencia	( X )
Seminario	( )
Otras:	( )

**Perfil profesiográfico:**

Estudios requeridos:

Licenciatura en Administración o Mercadotecnia o carrera afin, preferentemente con estudios de posgrado.

Experiencia profesional deseable:

Experiencia mínima de 3 años en empresas relacionadas con el área o su equivalente.

Tener experiencia docente mínima de 3 años.