



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
Facultad de Ciencias Económicas

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

## RESOLUCIÓN N° 297/2011

### VISTO:

La propuesta de materias optativas, para el Segundo Semestre del corriente año lectivo, elevada por la Dirección del Centro de Computación y Tecnologías de Información;

### Y CONSIDERANDO:

Que el respectivo programa, que contempla un régimen de promoción, se eleva en un todo de acuerdo a lo reglamentado por el inc. 10) del Art. 31 de los Estatutos de la Universidad Nacional de Córdoba;

Que cuenta con opinión favorable de la Secretaría de Asuntos Académicos; por ello,

### EL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS RESUELVE:

Art. 1°.- Establecer como optativa para las carreras de Contador Público y Licenciatura en Administración, la materia Comercio Electrónico del Centro de Computación y Tecnologías de Información, a dictarse en el Segundo Semestre de 2011, con la siguiente caracterización y requisitos:

- Caracterización sintética: La asignatura aborda el comercio electrónico desde una visión multidimensional, integrando aspectos tecnológicos con los comerciales y de gestión. Principales ejes temáticos: Características y evolución de los negocios en Internet a nivel global y local; tecnologías relacionadas al comercio electrónico; e-marketing; seguridad de transacciones y medios de pago on-line; logística de proyectos de comercio electrónico; aspectos legales; e-business plan.
- Requisitos: Sistemas y Procedimientos Administrativos

Art. 2°.- Aprobar el programa y el régimen de promoción establecido en el mismo para el año 2011 de la asignatura mencionada en el artículo anterior, que se incorpora como Anexo.

Art. 3°.- Comuníquese y archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA, A QUINCE DÍAS DEL MES DE AGOSTO DEL AÑO DOS MIL ONCE.

rv

  
Cr. SERGIO E. ZEN  
SECRETARIO TÉCNICO  
Facultad de Ciencias Económicas

  
Lic. ALFREDO FÉLIX BLANCO  
DECANO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
**Facultad de Ciencias Económicas**

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

ANEXO – Resolución HCD N° 297/2011

Programa de Comercio Electrónico  
Año 2011

Objetivos de la materia

Que el alumno:

- Conozca el origen, evolución y estado de desarrollo de la sociedad de la información a nivel mundial, regional y nacional.
- Comprenda el comercio electrónico desde un enfoque multidimensional en el que confluyen aspectos de negocios, tecnológicos, de comunicación y legales.
- Desarrolle criterios para el análisis de la calidad de sitios web de comercio electrónico.
- Analice críticamente los factores de éxito y fracaso de los proyectos de comercio electrónico.
- Tenga opinión formada y conocimientos actualizados sobre asuntos de comercio electrónico que incumben al Profesional en Ciencias Económicas.

Equipo docente:

Mgter. Carola Jones  
Analista Miguel Brunello  
Ing. Danilo Paez

Prof. Adjunta a cargo.  
Prof. Ayudante  
Adscripto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
Facultad de Ciencias Económicas

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

### Programa analítico

- *Unidad 1: Introducción al comercio electrónico*

Internet: orígenes y evolución. Sociedad del conocimiento. La información en Internet. Comercio electrónico: definición, evolución, dimensiones. Modelos de negocio en Internet. Argentina, Internet y el comercio electrónico: panorama actual y estadísticas claves.

Material básico de estudio:

- CEPAL 2008 "La sociedad de la información en América Latina y el Caribe" pag 224-36
- Hilbert, Martín; Sebastián Bustos; João Carlos Ferraz Estrategias nacionales para la sociedad de la información en América Latina y el Caribe. CEPAL, 2005. Pag 13-24 y 33-37
- Jones, Carola. "Introducción al comercio electrónico" Notas de Cátedra 2011.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. "Medición de la Sociedad de la Información", 2010.
- VISA y América Economía Intelligence. "Estudio de e-readiness en América Latina 2010". "Informe sobre el Comercio Electrónico (B2C) en America Latina", 2008.
- López Sánchez, José Ignacio y Sandulli Francesco D. "Evolución de los modelos de negocios en Internet: Situación actual en España de la economía digital". Universidad Complutense de Madrid.

- *Unidad 2: Telecomunicaciones y aplicaciones*

Elementos de hardware, software y telecomunicaciones para el comercio electrónico. Internet. TCP/IP. Conectividad e interoperabilidad. XML. HTML. Plataformas e-commerce.

Material básico de estudio:

- Scheinder, Gary: Cap. 2; Cap. 8, Pág. 297-310 y Cap 9, pag 328-339.

- *Unidad 3: Marketing y comunicación en Internet.*

Conceptos de diseño y comunicación para la web: contenido y estética. Aspectos claves para mejorar la experiencia web del cliente: usabilidad, accesibilidad, navegabilidad. Herramientas para promover la visibilidad de un sitio web. Estrategias de diferenciación en la web. Cómo fidelizar al e-cliente. Aplicaciones de la minería de datos.

Material básico de estudio:

- Baker, Edward H.. "El toque humano en Internet". Revista Marketing y Ventas. Harvard Deusto Marketing y Ventas, ISSN 1133-7672, N°. 89, 2008 , pags. 56-59.



- Jones, Carola. Comercio electrónico. Notas de cátedra 2011. Artículos: "Comportamiento del cliente en la web". "Optimizar la experiencia web". "Estrategias y herramientas de e-marketing".
- Gil Gómez et al. "Retos y oportunidades de los servicios. Estrategias para las organizaciones". Universidad Politécnica de Valencia, 2009.

- *Unidad 4: Seguridad y medios de pago*

- Amenazas a la seguridad del comercio electrónico. Tecnologías aplicadas a la seguridad de las transacciones electrónicas. Criptografía y Firma digital. Medios de pago electrónico.

Material básico de estudio:

- Scheinder, Gary: Cap. 10.
- Jones, Carola. y Brunello, Miguel. Comercio electrónico Notas de Cátedra 2011.

- *Unidad 5: Logística de los negocios en la web.*

Logística y e-commerce. Estrategias de empresa a empresa B2B. Administración de la Cadena de suministros. Redes de Valor Agregado. Mercados electrónicos (e-Marketplace). Tecnologías aplicadas.

Material básico de estudio:

- Scheinder, Gary: Cap. 5.

*Unidad 6: Aspectos legales del comercio electrónico.*

Legislación en materia de comercio electrónico. Propiedad Intelectual. Nombres de dominio y derechos de autor. Ley de Habeas Data. Delitos Informáticos. Obligaciones del responsable de un sitio web comercial. Derechos del consumidor en Internet.

Material básico de estudio:

- Ley de firma digital. Ley de delitos informáticos. Ley de Habeas Data. Resolución N° 21 del Grupo Mercado Común del Mercado Común del Sur, 2004.

*Unidad 7: Planificación de los negocios en Internet.*

Proyectos de comercio electrónico: E-business plan: su importancia y finalidades; elementos que lo componen. Causas de éxitos y fracasos de los proyectos de comercio electrónico. Análisis de casos paradigmáticos.

Material básico de estudio:

- Jones, Carola. Notas de Cátedra 2011.



## Bibliografía

- Baker, Edward H.. "El toque humano en Internet". Revista Marketing y Ventas. Harvard Deusto Marketing y Ventas, ISSN 1133-7672, N°. 89, 2008, pags. 56-59. Disponible en: <http://www.directivoscede.com/media/0000003000/0000003150.pdf>  
Consultado: 20-06-2011
- Hilbert, Martín; Sebastián Bustos; João Carlos Ferraz Estrategias nacionales para la sociedad de la información en América Latina y el Caribe. CEPAL, 2005. Disponible en: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/4/21594/lcw17.pdf> Consultado 20-06-2011.
- Gil Gómez et al. "Retos y oportunidades de los servicios. Estrategias para las organizaciones". Universidad Politécnica de Valencia, 2009. Disponible en: <http://www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/374/103.pdf> Consultado: 20-06-2011
- JONES, Carola. Comercio electrónico: Notas de cátedra 2011. Córdoba, Argentina, Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Computación y Tecnologías de Información, 2011. 145 p.  
Solicitar por: T 384.33 J 52023
- Ley 25506 de firma digital.
- Ley 26338 de delitos informáticos.
- Ley 25326 de Habeas Data.
- López Sánchez, José Ignacio y Sandulli Francesco D. "Evolución de los modelos de negocios en Internet: Situación actual en España de la economía digital". Universidad Complutense de Madrid, 2007. Pag 1-17. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/business/Documentos/articulos/030703.pdf>.  
Consultado: 05-07-2011
- Resolución N° 21 del Grupo Mercado Común del Mercado Común del Sur, 2004.
- Schneider, Gary. Comercio electrónico. Thomson Learning, 2004. Disponible en Biblioteca Manuel Belgrano: Solicitar por: 658.84 S 49017
- Unión Internacional de Telecomunicaciones. "Medición de la Sociedad de la Información", 2010. Resumen ejecutivo. Disponible en: [http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS\\_2010\\_Summary\\_S.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/Material/MIS_2010_Summary_S.pdf).  
Consultado: 20-06-2011
- VISA y América Economía Intelligence. "Estudio de e-readiness en América Latina 2010". Disponible en: <http://www.ecommerceday.mx/wp-content/uploads/2010/10/Visa->



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
**Facultad de Ciencias Económicas**

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

America-Economia-Estudio-Regional-eCommerce-Inserto-2.pdf.

Consultado: 04-07-2011.

- VISA y América Economía Intelligence, "Informe sobre el Comercio Electrónico (B2C) en América Latina", 2008. Disponible en : <http://www.capece.org.pe/Archivos/InformesEstudios/INFORME%201.pdf>. Consultado: 04-07-2011.

#### Requisitos para el cursado

Ser alumno de las carreras de Contador Público y/o Licenciatura en Administración y tener regularizada la asignatura Sistemas y Procedimientos Administrativos.

#### Metodología de dictado

##### Clases teóricas participativas

Las clases teóricas se desarrollarán en sesiones de trabajo presenciales donde se presentan los temas de la reunión, se discute la bibliografía relacionada y se elaboran conclusiones. Se les indicará a los alumnos la bibliografía a investigar previo a la asistencia a clases.

##### Clases prácticas

Los trabajos prácticos se desarrollan en aula con equipamiento informático y conexión a Internet. Las actividades planteadas tienen por objetivo que el alumno integre los conceptos teóricos y desarrolle habilidades relativas a:

- Estrategias avanzadas para la búsqueda de información en la web.
- Exploración como cliente y manejo básico de administrador de una herramienta para tiendas virtuales.
- Desarrollo de criterios multidimensionales para la observación y análisis crítico de proyectos de comercio electrónico, realizando un trabajo integrador que consiste en:
  - El desarrollo de una herramienta de evaluación de sitios web profesionales.
  - Elaboración de un trabajo monográfico individual, resultado de la aplicación de la herramienta a una serie de sitios web seleccionados.

#### Actividades e intercambios en la plataforma e-learning

Los encuentros presenciales se complementarán con un uso intensivo de la plataforma e-learning. Se proponen actividades de intercambio y debate, sobre aspectos conceptuales y prácticos, en el foro de la plataforma educativa. Se publicarán oportunamente noticias y artículos de actualidad, cuya lectura contribuirá a ilustrar los conceptos y enriquecer la discusión.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
Facultad de Ciencias Económicas

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

### Cronograma

| Semana | Clases teóricas                         | Clases prácticas *                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Presentación de la asignatura. Unidad 1 | Diagnóstico de conocimientos previos. Explicación de la metodología de prácticos, funcionamiento de foro de discusión, la plataforma educativa. Presentación de áreas temáticas a investigar y discutir en foro. Actividad: Métodos avanzados de búsqueda de información en la web. Actividad: Visita y análisis de sitios web claves. |
| 2      | Unidad 1                                | Formación de grupos de trabajo. Esquema para el desarrollo de una herramienta de evaluación de sitios de comercio electrónico. Selección de los sitios web a evaluar. Investigación del entorno y evolución del sector. Tarea: Informe sintético del sector.                                                                           |
| 3      | Unidad 2                                | Exploración y manejo básico de una herramienta de software para tiendas virtuales.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 4      | Unidad 3                                | Evaluación de sitios de comercio electrónico. Avances sobre el desarrollo de la herramienta: criterios para la evaluación de la funcionalidad web: accesibilidad, interoperabilidad, navegabilidad                                                                                                                                     |
| 5      | Unidad 3                                | Evaluación de sitios de comercio electrónico. Avances sobre el desarrollo de la herramienta: criterios para la evaluación de la visibilidad del sitio: posicionamiento en buscadores, publicidad digital, marketing viral.                                                                                                             |
| 6      | Unidad 3                                | Evaluación de sitios de comercio electrónico. Avances sobre el desarrollo de la herramienta: criterios para la evaluación de la visibilidad del sitio: posicionamiento en buscadores, publicidad digital, marketing viral.                                                                                                             |
| 7      | <i>Semana del estudiante</i>            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 8      | Primer parcial                          | Evaluación de sitios de comercio electrónico. Avances sobre el desarrollo de la herramienta: criterios para la evaluación del contenido y la seguridad de los sitios web a evaluar.                                                                                                                                                    |
| 9      | Unidad 4                                | Evaluación de sitios de comercio electrónico. Avances sobre el desarrollo de la herramienta: criterios para la evaluación de la usabilidad, accesibilidad y visibilidad.                                                                                                                                                               |
| 10     | Unidad 5                                | Análisis y discusión sobre la logística de los sitios evaluados.                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 11     | Unidad 6                                | Análisis crítico del marco jurídico y las condiciones legales particulares de los sitios evaluados.                                                                                                                                                                                                                                    |
| 12     | Unidad 6                                | Análisis crítico de los medios de pago disponibles en los sitios evaluados. Ventajas y desventajas.                                                                                                                                                                                                                                    |
| 13     | Unidad 7                                | Consultas sobre la elaboración del informe final.                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 14     | Segundo parcial                         | Entrega del informe, exposición de resultados. Discusión.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|        | • <i>Recuperatorio</i>                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

\* se desarrollan en aula con equipos informáticos y conexión a Internet



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
Facultad de Ciencias Económicas

12° Ord.  
EXP-UNC:0033456/2011

### Sistema de evaluación

#### Para regularizar

- Asistir al 50 % de las clases teórico-prácticas y participar activamente en las actividades que se propongan.
- Aprobar dos evaluaciones parciales con una nota mínima de 4. Existe una instancia de recuperación de los alumnos que reprueben o no asistan a un parcial.
- Aprobar el trabajo práctico integrador con una nota mínima de 4.

#### Examen Final

Alumnos regulares: Evaluación escrita sobre todas las unidades del programa.

Alumnos libres: Evaluación escrita sobre todas las unidades del programa.

Evaluación práctica en PC. Se requiere un 75% para aprobar.

#### Para promocionar

- Asistir al 60 % de las clases teóricas y prácticas y participar activamente en las actividades y discusiones que se propongan.
- Aprobar dos evaluaciones parciales con una nota mínima de 7.
- Aprobar el trabajo práctico integrador con una nota mínima de 7.
- Aprobar el trabajo monográfico individual con una nota mínima de 7.