

Tecnológico Nacional de México
Subdirección Académica

Instrumentación Didáctica para la Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales

Periodo FEBRERO-JULIO 2023

Nombre de la Asignatura: E-COMMERCE
Plan de Estudios: LADM 2010-234
Clave de la Asignatura: DNC-2006
Horas teoría-horas prácticas-Créditos: 2-2-4

1. Caracterización de la asignatura:

Esta asignatura aporta al perfil de licenciado en administración, conocimientos tecnológicos para utilizar de forma adecuada las herramientas de marketing digital que permitan analizar oportunidades de negocio en el ámbito empresarial, planificar estrategias y tomar decisiones innovadoras en la gestión comercial.

La importancia de la asignatura:

El Marketing Digital ha dado un gran salto y un paso importante desde el Marketing tradicional. Las personas tienen la necesidad de estar cada vez mejor informadas y conocer lo último del mercado, por ella han dado paso a que las empresas registren la necesidad de actualizarse y renovarse constantemente y a su vez de informar en el medio más óptimo y eficaz de la disponibilidad de ese producto en el mercado.

El egresado de la carrera de Licenciatura en Administración necesita estar a la vanguardia en el uso del marketing digital, es un área de oportunidad que se encuentra en la fase de crecimiento, por ello los estudiantes deben ser empáticos con la búsqueda de información y análisis, mantenerse actualizado en tecnología de la información y la comunicación.

En que consiste la asignatura:

El contenido contempla temas relacionados con la disciplina del marketing digital y el papel que desempeña la mercadotecnia interactiva, las disposiciones legales que se aplican en México en el entorno electrónico, la mercadotecnia de contenido y redes sociales identificado el público meta y sus parámetros de medición, así como el e-commerce, que hoy se aplica de manera digital

Con que otras asignaturas se relacionan: las asignaturas de fundamentos de mercadotecnia, mezcla de mercadotecnia, innovación y

emprededurismo.

2. Intención didáctica:

Explicar claramente la forma de tratar la asignatura de tal manera que oriente las actividades de enseñanza y aprendizaje.

El primer tema conduce al estudiante a conocer la disciplina de mercadotecnia digital y la evolución de la comunicación en un ambiente digitalizado, es importante que el docente promueva el análisis profundo en la conceptualización del marketing tradicional al marketing digital con la intención de que el estudiante identifique las diferencias entre estos enfoques, debido a que de ahí se deriva que se ubique en el contexto de los temas. Se deben analizar portales de negocios en internet, con la intención de que conozca las estrategias aplicadas para promocionar la imagen corporativa a través de una plataforma digital.

El segundo tema se centra en conocer las disposiciones legales que se aplican en las actividades comerciales on line, tanto de usuarios, proveedores o participantes del proyecto. Existen ciertas reglas estrictas que regulan las actividades online, y que son realmente importantes para crear una estrategia libre de problemas en el largo plazo. La información desde el punto de vista legal es sin duda un aspecto crucial, por lo que los estudiantes deben conocer las regulaciones legales que están destinadas a dirigir las normas de marketing que están focalizados en ellas.

El tercer tema desarrolla el marketing de contenido en redes sociales, estudiando el tipo de empresa, red o sector y público al que se dirige es muy importante, este tema conduce al estudiante a identificar las tecnologías aplicadas en negocios electrónicos, es importante que el docente enfatice en la importancia de identificar las características propias de cada audiencia, así como parámetros de medición.

El cuarto tema se centra en los modelos de negocios y las tendencias actuales vigentes en el mercado que puede aplicar al comercio o negocio electrónico. Se sugiere al docente que oriente y dirija al estudiante en el uso de herramientas de diseño rápido de páginas web con la intención de que practique con algún proyecto sobre diseño de productos y servicios que haya desarrollado en asignaturas relacionadas con mercadotecnia.

La manera de abordar los contenidos

Es importante plantear los contenidos con un enfoque práctico que permita al estudiante identificar dentro de sus experiencias el trabajo en equipo que desarrolle la habilidad para tomar decisiones, para superar los conflictos generados, que solucione

problemas generados en su área de responsabilidad así como para evaluar el logro de los objetivos propuestos y su capacidad de crear e innovar.

El enfoque con que deben ser tratados.

Se deben analizar portales de negocios en internet, con la intención de que conozca las estrategias aplicadas para promocionar la imagen corporativa a través de una plataforma digital.

La extensión y la profundidad de los mismos.

El docente deberá respetar las decisiones tomadas por los equipos siempre y cuando estén argumentadas dentro de los límites establecidos al principio del ejercicio. Se deberá propiciar dentro de la asignatura la oportunidad de presentar en dos momentos del semestre, los avances del proyecto debidamente documentado.

Que actividades del estudiante se deben resaltar para el desarrollo de competencias genéricas.

El estudiante deberá elaborar actividades como reportes, trabajos de investigación, foros de discusión, informes, exposición y presentación.

Que competencias genéricas se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura

Las competencias genéricas que se desarrollaran en el contenido de la asignatura, son las siguientes: Hablando de las **competencias genéricas instrumentales** tenemos la capacidad de análisis, la capacidad de organizar y planificar, comunicación oral y escrita, habilidades básicas de manejo de la computadora, habilidades para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. Ahora bien, de las **competencias interpersonales** tenemos la capacidad crítica y autocrítica, el trabajo en equipo y por ultimo las **competencias sistémicas** tenemos las habilidades de investigación, capacidad de generar nuevas ideas (creatividad), habilidad para trabajar de manera autónoma.

De manera general explicar el papel que debe desempeñar el (la) profesor (a) para el desarrollo de la asignatura.

Es importante mencionar que el facilitador busque solo guiar a los estudiantes en las actividades prácticas sugeridas. Las competencias profesionales se cumplirán con la ejecución de las actividades de aprendizaje.

3. Competencia de la asignatura:

Desarrolla habilidades en el uso de tecnologías o negocios digitales como estrategias comerciales, a fin de potenciar el éxito en los negocios.

4. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.

Descripción

Conoce la disciplina de la mercadotecnia digital y entenderán el papel que desempeña la mercadotecnia interactiva y cómo las empresas pueden adaptarse a los cambios y aprovechar las oportunidades del comercio electrónico.

1

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<p>1. Mercadotecnia digital</p> <p>1. 1 Introducción a la mercadotecnia digital</p> <p>1.1.1 El entorno digital: tendencias, usos y aplicaciones</p> <p>1.1.2 Herramientas digitales</p> <p>1. 1. 3 Mercadotecnia 4.0: La fusión entre mercadotecnia tradicional y digital</p> <p>1.2 Comercio electrónico</p> <p>1.2.1 Firma electrónica avanzada</p> <p>1.3 Disposiciones de la OCDE respecto al comercio electrónico</p>	<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> Se presenta ante el grupo; expone las expectativas del curso; establece con el docente los acuerdos para trabajar la asignatura en la plataforma classroom; toma notas de las evidencias a entregar en la primera unidad y aclara dudas. <p>El estudiante participa en el encuadre.</p> <p>Participa en la dinámica.</p> <p>Toma nota de la bibliografía. Da a conocer al grupo las expectativas del curso</p> <p>Contesta el examen diagnóstico para conocer los conocimientos de los estudiantes, en los temas de e-commerce.</p> <p>Los estudiantes participan en las clases con los temas de mercadotecnia digital, entorno digital, tendencias, usos y aplicaciones, herramientas digitales comercio electrónico.</p> <p>El estudiante elabora una</p>	<p>El Facilitador:</p> <p>Realiza el encuadre de la materia dando a conocer el objetivo, el temario, las reglas de trabajo, los criterios de evaluación, bibliografía etc.</p> <p>Aplica una dinámica grupal para fomentar la cooperación y el trabajo en equipo.</p> <p>Pregunta las expectativas del grupo. Solicita la lista de asistencia.</p> <p>Aplica un examen diagnóstico, para conocer los conocimientos de los estudiantes, en los temas de e-commerce.</p> <p>El facilitador mediante la técnica expositiva plantea los temas mercadotecnia digital, entorno digital, tendencias, usos y aplicaciones, herramientas digitales comercio electrónico.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren una infografía de las herramientas digitales.</p> <p>Dicha actividad deberán subirla a la plataforma Google classroom.</p>	<p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.</p> <p>Capacidad de comunicación oral y escrita.</p> <p>Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.</p> <p>Capacidad de comunicación oral y Escrita.</p> <p>Capacidad creativa y de organizar información.</p> <p>Capacidad de investigación.</p>	<p>20 10-10</p>

	<p>infografía de las herramientas digitales y la suben a la plataforma Google classroom.</p> <p>Los estudiantes elaboran una línea del tiempo del marketing tradicional a la digital. Dicha actividad deberán subirla a la plataforma Google classroom</p> <p>Los estudiantes participan en un foro de las disposiciones de la OCDE respecto al comercio Electrónico.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>El facilitador solicita a los estudiantes que hagan una línea del tiempo del marketing tradicional a la digital. Dicha actividad deberán subirla a la plataforma Google classroom</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que participen en un foro de las disposiciones de la OCDE respecto al comercio electrónico.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p> <p>Al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.</p>		
--	--	--	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Manifiesta capacidad creativa y de organizar información. Capacidad de investigación.	20 %
Demuestra capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad de investigación.	20%
Demuestra capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Capacidad de comunicación oral y escrita.	10%
Refleja capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	50%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. 	95-100

		<p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente.	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño	75-84

		excelente	
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación:

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Infografía de las herramientas digitales	20	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0	Demuestra la búsqueda en diversas fuentes de información, utiliza correctamente las citas bibliográficas, la información presenta una redacción satisfactoria sobre el tema que se desarrolló, el documento cuenta con los elementos mínimos que un trabajo de investigación requiere.
Línea del Tiempo del marketing tradicional a la digital.	20	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0	Analiza la información realizando la elaboración de gráficos, describe las ideas principales del tema, no tiene faltas de ortografía,
Foro de las disposiciones de la OCDE respecto al comercio electrónico	10	9.5-10	8.5-9.4	7.5-8.4	7-7.4	0-6.9	Comunicación oral y escrita, análisis y síntesis, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma, fomenta la coevaluación del aprendizaje
Examen (cuestionario)	50	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Demuestra conocimiento y dominio de los temas de la unidad, Aplica los conocimientos adquiridos en la unidad en los casos prácticos solicitados en la evaluación.

Total	95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	
-------	--------	-------	-------	-------	------	--

Competencia No.

Descripción

Conoce las disposiciones legales vigentes que se aplican en México a las actividades comerciales, de mercadotecnia y de publicidad en el entorno electrónico, así como las principales dificultades normativas en el diseño de una estrategia de comunicación y proyectos afines.

2

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
Legislación digital 2.1 Regulación jurídica del internet y comercio electrónico 2.1.1 Marco jurídico nacional 2.1.2 Lineamientos internacionales 2.2 Protección de la propiedad intelectual 2.2.1 Protección de datos personales 2.3 Publicidad, mercadotecnia y derechos de los consumidores 2.4. Principales dificultades normativas y regulatorias 2.5 Daño y robo a datos 2.6 Amenazas	El alumno: Los estudiantes participan en las clases con los temas de Legislación digital. El estudiante elabora un cuadro sinóptico o mapa conceptual de la legislación informática y la suben a la plataforma Google classroom . El estudiante investiga los tipos y clasificación de contratos que se realizan en el campo del comercio electrónico, así como también las condiciones y formas en que se inician y ejecutan los contratos, esta actividad la suben a	Realiza el encuadre de la competencia dando a conocer los criterios de evaluación. El facilitador mediante la técnica, plantea los temas de legislación digital. El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren cuadros sinópticos o mapa conceptual de la legislación informática y solicita que suban la actividad en la plataforma Google classroom . El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen los tipos y clasificación de contratos que se realizan en el	Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de investigación. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	11 5-6

<p>potenciales virus y hackers</p>	<p>la plataforma educativa google classroom.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad. Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas.</p>	<p>campo del comercio electrónico, así como también las condiciones y formas en que se inician y ejecutan los contratos, solicita que suban la actividad en la plataforma Google classroom.</p> <p>El facilitador aplica un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p> <p>Al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.</p>		
------------------------------------	---	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra habilidades para buscar, procesar y analizar información. Procedente de fuentes diversas habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación.	25%
Refleja capacidad de investigación. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	25%
Demuestra capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	50%

Niveles de desempeño :

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. Introduce recursos y experiencias que 	95-100

		<p>promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Cuadro sinóptico o mapa conceptual de la legislación informática	25	22-25	18-21	14-17	10-13	0-9	Demuestra capacidad de investigación, Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Reporte de investigación de los tipos y clasificación de contratos que se realizan en el campo del comercio electrónico, así como también las condiciones y formas en que se inician y ejecutan los contratos	25	22-25	18-21	14-17	10-13	0-9	Refleja habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Habilidades para buscar, procesar y analizar información. Procedente de fuentes diversas, Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Examen escrito	50	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
Total		95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

Competencia No.

3

Descripción

Identifica audiencias, objetivos, tácticas para alcanzarlos y KPI's para medirlos siendo capaces de aplicar métodos para captar la atención, consideración y conversión en estos canales.

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<p>Mercadotecnia de contenido y redes sociales</p> <p>3.1. Estrategia de mercadotecnia de contenidos</p> <p>3.2. Definición y creación de buyer personas</p> <p>3.3. Desarrollo de contenidos para la parte alta, media y baja del embudo de mercadotecnia.</p> <p>3.4. Canales de distribución: propios, ganados y pagados.</p> <p>3.5. Manejo de contenido en redes sociales para atracción, consideración y conversión.</p> <p>3.6. Correo electrónico, segmentación de bases de datos y nurturing</p> <p>3.7. Social ads</p> <p>3.8. Medición</p>	<p>Los estudiantes participan en las clases con los temas de Mercadotecnia de contenido y redes sociales.</p> <p>El estudiante investiga como las compañías han respondido al internet y a otras nuevas tecnologías como estrategias de marketing en línea, para entregar de manera redituable más valor a los productos o servicios ofrecidos a los clientes, esta actividad la deberán subir a la plataforma educativa google classroom.</p> <p>Los estudiantes con esta investigación deberán preparar su presentación en plenaria.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas</p>	<p>Realiza el encuadre de la competencia dando a conocer los criterios de evaluación.</p> <p>El facilitador explicará el tema de Mercadotecnia de contenido y redes sociales.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen como las compañías han respondido al internet y a otras nuevas tecnologías como estrategias de marketing en línea, para entregar de manera redituable más valor a los productos o servicios ofrecidos a los clientes, esta actividad la deberán subir a la plataforma educativa google classroom.</p> <p>El facilitador solicita que con dicha información elaboren una presentación electrónica para exponerla en plenaria ante el grupo.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p>	<p>Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.</p> <p>Habilidades interpersonales, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación.</p> <p>Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</p> <p>Capacidad para tomar decisiones.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo.</p> <p>Habilidades en el uso de las tecnologías de la información</p>	<p>15 7-8</p>

		El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia. Al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.	y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	
--	--	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Refleja capacidad de trabajo en equipo, capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes, capacidad para tomar decisiones, habilidades interpersonales, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	30%
Muestra capacidad para tomar decisiones. Capacidad de trabajo en equipo, Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	20%
Manifiesta capacidad para tomar decisiones. Capacidad de trabajo en equipo. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	50%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores <ol style="list-style-type: none"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto 	95-100

		<p>en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo.</p> <p>4. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista.</p> <p>5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia.</p> <p>Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.</p>	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación:

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Reporte de investigación de compañías y sus estrategias de marketing en línea	30	28.5-30	25.5-28.2	22.5-25.2	21-22.2	0-20.70	Refleja capacidad de trabajo en equipo, capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes, capacidad para tomar decisiones, habilidades interpersonales, capacidad de

							aplicar los conocimientos en la práctica.
Exposición	20	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Muestra capacidad para tomar decisiones. Capacidad de trabajo en equipo, Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación, capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Examen	50	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Manifiesta capacidad para tomar decisiones. Capacidad de trabajo en equipo. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la Comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Total		95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

Competencia No.

Descripción

El participante adquirirá los conocimientos para gestionar operaciones de comercio electrónico (e-commerce) y será capaz de evaluar los diferentes canales que puede integrar a su estrategia en la era digital para lograr sus objetivos de negocio.

4

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<p>Comercio Electrónico</p> <p>4.1. El mercado de comercio electrónico en México.</p> <p>4.2. Comercio tradicional y digital</p> <p>4.3. Modelos negocio y tipos de pago.</p> <p>4.3.1 Negocio a negocio (B2B, Business to Business)</p> <p>4.3.2 Negocio a clientes (B2C, Bussines to Customers).</p> <p>4.3.3 Negocio a Gobierno (B2G, Business to Government).</p> <p>4.4 Tendencias actuales</p> <p>4.5 Integración de canales digitales al comercio electrónico.</p> <p>4.6 La experiencia de usuario y el servicio al cliente.</p> <p>4.7 Operaciones logística e indicadores de desempeño.</p>	<p>Los estudiantes participan en las clases de los temas de comercio electrónico en México, Modelo de negocio y tipos de pago, tendencias actuales, integración de canales digitales al comercio electrónico, la experiencia de usuario y el servicio al cliente, operaciones logística e indicadores de desempeño.</p> <p>El estudiante investiga en libros, revistas o Internet, los modelos de negocios de la nueva economía digital y las diferencias de cada uno, elaborar tablas comparativas o mapas conceptuales o mentales, esta actividad la deberán subir a la plataforma educativa google classroom.</p> <p>El estudiante elabora una infografía de las tendencias actuales, la experiencia de usuario y el servicio al cliente esta actividad la deberán subir</p>	<p>Realiza el encuadre de la competencia dando a conocer los criterios de evaluación.</p> <p>El facilitador explicará el tema de Mercadotecnia de comercio electrónico en México, Modelo de negocio y tipos de pago, tendencias actuales, integración de canales digitales al comercio electrónico, la experiencia de usuario y el servicio al cliente, operaciones logísticas e indicadores de desempeño.</p> <p>El facilitador solicita a los estudiantes que investiguen en libros, revistas o Internet, los modelos de negocios de la nueva economía digital y las diferencias de cada uno, elaborar tablas comparativas o mapas conceptuales o mentales, esta actividad la deberán subir a la plataforma educativa google classroom.</p>	<p>Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>Capacidad de comunicación oral y escrita.</p> <p>Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.</p> <p>Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.</p> <p>Capacidad de comunicación oral y escrita.</p> <p>Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.</p> <p>Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</p>	<p>17 8-9</p>

	<p>a la plataforma educativa google classroom.</p> <p>Los estudiantes resuelven un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>Revisan junto con el facilitador las expectativas logradas</p>	<p>El facilitador solicita a los estudiantes que elaboren una infografía de las tendencias actuales, la experiencia de usuario y el servicio al cliente esta actividad la deberán subirla a la plataforma educativa google classroom.</p> <p>El facilitador elabora un examen en línea en la plataforma Google classroom de los temas presentados en la unidad.</p> <p>El facilitador durante este proceso retroalimentará a los estudiantes en el horario asignado de acuerdo a la materia.</p> <p>Al final hace una reflexión de las expectativas cumplidas.</p>		
--	---	---	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
Demuestra habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.	30%
Demuestra habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.	20%
Refleja capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.	50%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <ol style="list-style-type: none"> Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura. Presenta otros puntos de vista que complementen al presentado en la clase, presenta fuentes de información adicionales (internet y documental etc.) y usa más bibliografía. Propone y/o explica soluciones o procedimientos no visto en clase (creatividad): Ante problemas o caso de estudio propone perspectivas diferentes, para abordarlos y sustentarlos correctamente. Aplica procedimientos aprendidos en otra asignatura o contexto para el problema que se está resolviendo. Introduce recursos y experiencias que promueven un pensamiento crítico: Ante los temas de la asignatura introduce cuestionamientos de tipo ético, ecológico, histórico, político, económico, etc. que deben tomarse en cuenta para comprender mejor o a futuro dicho tema. Se apoya en foros, 	95-100

		autores, bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista. 5. Incorpora conocimientos y actividades interdisciplinarios en su aprendizaje: En el desarrollo de los temas de la asignatura incorpora conocimientos y actividades desarrolladas en otras asignaturas para lograr la competencia. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de una supervisión estrecha y/o coercitiva. Realiza actividades de investigación para participar de forma activa durante el curso.	
	Notable	Cumple 4 de los indicadores definidos en desempeño excelente	85-94
	Bueno	Cumple 3 de los indicadores definidos en desempeño excelente	75-84
	Suficiente	Cumple 2 de los indicadores definidos en desempeño excelente	70-74
Competencia No Alcanzada	Insuficiente	No se cumple con el 100% de evidencias conceptuales, procedimentales y actitudinales de los indicadores definidos en desempeño excelente.	N. A.

Matriz de Evaluación:

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Informe final de cierre de las operaciones (lista de cotejo)	30	28.5-30	25.5-28.2	22.5-25.2	21-22.2	0-20.70	Demuestra habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
Resultado de la coevaluación.	20	19-20	17-18.8	15-16.8	14-14.8	0-13.8	Demuestra habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas, capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Examen	50	47.5-50	42.5-47	37.5-42	35-37	0-34.5	Refleja capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
Total		95-100	85-94	75-84	70-74	0-69	

Nota: este apartado número 4 de la instrumentación didáctica para la formación y desarrollo de competencias profesionales se repite, de acuerdo al número de competencias específicas de los temas de asignatura.

5. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

Apoyos didácticos

<p>Amor, Daniel. La revolución del e-business, clave para trabajar en un mundo interconectado. Prentice hall, buenos aires. (2000)</p> <p>Colin Combe; Introduction to e-Business: Management and Strategy; First Edition; Elsevier Ltd.; (2006)</p> <p>Efraim Turban; Business Intelligence; 2a. Edicion; Prentice Hall; (2010)</p> <p>Judy Strauss, Raymond Frost; E-Marketing; 7TH Edition; Prentice Hall. (2013)</p> <p>¿Que es el marketing digital? MD Marketing Digital</p> <p>12 herramientas digitales para que seas más eficiente - Foxize</p> <p>¿Qué es Marketing 4.0? Pasar de Tradicional a Digital - Mercadotecnia Total</p> <p>7 diferencias: Marketing Digital VS. Marketing Tradicional (datatrust.pe)</p> <p>Legislación Informática de México - Informática Jurídica (informaticajuridica.com)</p>	<p>Laptop</p> <p>Cañón.</p> <p>Internet</p> <p>USB</p> <p>Copias fotostáticas</p> <p>Papel américa</p> <p>Bocinas</p> <p>Hojas blancas y de colores</p> <p>Internet</p>
---	---

6. Calendarización de evaluación en semanas

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP	ED					EF1			EF2			EF3				EF4
TR																ES
SD					SD					SD				SD		SD

TP: Tiempo Planeado

ED: Evaluación diagnóstica

TR: Tiempo Real

EFn: Evaluación formativa (Competencia específica n)



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
SAN ANDRÉS TUXTLA

SD: Seguimiento departamental

ES: Evaluación sumativa

Fecha de elaboración 13 de febrero de 2023

MCA. LILIANA IRASEMA AGUIRRE CARDOZA

Nombre y firma del (de la) profesor(a)

L.C. MANUEL DE JESUS CANO BUSTAMANTE

Nombre y firma del(de la) Jefe(a) de Departamento Académico

