



Periodo AGOSTO-DICIEMBRE 2025

Nombre de la Asignatura: Mercadotecnia Electrónica
Plan de Estudios: IGEM-2009-201
Clave de la Asignatura: AEB-1045
Horas teoría-horas prácticas-
Créditos: -Créditos: 1-4-5

1. Caracterización de la asignatura:

Aportación al perfil del Ing. en Gestión Empresarial: Esta asignatura aporta tanto a los perfiles del Ingeniero en Administración como al del Ingeniero en Gestión Empresarial la capacidad para utilizar de forma adecuada las herramientas del comercio electrónico, así como, aplicar los conocimientos de la mercadotecnia.

Importancia de la Asignatura: Su importancia se sustenta en la demanda de hoy en día de espacios digitales de mercado en todo el mundo y en la necesidad de establecer mecanismos de acción entre las empresas que requieran llegar a más y mejores mercados por medio de internet.

Integración de temas de la asignatura: Los temas que se abordaran son: Mercadotecnia y evolución de los negocios electrónicos, Modelos de negocios en la Economía Digital, Tecnologías de integración, Legislación y seguridad en el comercio electrónico, Software de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence).

Relación con otras asignaturas: Se relaciona con las asignaturas donde se requiera la aplicación de tecnologías de la información de apoyo a los procesos mercadológicos y a la toma de decisiones organizacionales.

2. Intención didáctica:

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



El programa está organizado en cinco temas; El primer tema conduce al estudiante a conocer de las disciplinas de mercadotecnia y negocios electrónicos, su origen y desarrollo histórico, así como, las oportunidades y riesgos de los negocios electrónicos en internet. Es importante que el docente promueva análisis profundo de la conceptualización de E-commerce y E-business con la intención de que el estudiante identifique las diferencias entre estos enfoques, ya que de ahí se deriva que se ubique en el contexto en los temas subsecuentes. Se deben analizar portales de negocios en internet, con la intención de que conozca las estrategias aplicadas para promocionar y vender la imagen corporativa digital. El segundo 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. No se le debe solicitar programar por lo que se sugiere utilizar software con asistentes de diseño rápido, tales como: <http://www.simplesite.com> y www.ucoz.es/. El tercer tema conduce al estudiante a conocer las tecnologías aplicadas en los negocios electrónicos. Es importante que el docente enfatice en la importancia de identificar las características y las ventajas que cada tecnología ofrece con la intención de desarrollar en el estudiante la habilidad para decidir de acuerdo a las necesidades organizacionales la que mejor convenga adquirir e implantar. El cuarto tema introduce al estudiante a la legislación correspondiente del comercio electrónico en un marco ético, así mismo, le permite conocer las amenazas y delitos informáticos a los que se puede enfrentar el comercio electrónico. Logrando que el estudiante tenga una visión amplia de los riesgos y cuidados que se deben tener para proteger la información durante las transacciones electrónicas del proceso de obtención de bienes y servicios. En el quinto tema el estudiante comprende la inteligencia de negocios y conoce las tecnologías de soporte para la toma de decisiones, permitiéndole desarrollar la habilidad para elegir el software que apoya para colocar a las organizaciones en campos competitivos. Es importante mencionar que el docente deberá presentar los entornos de software de apoyo a la toma de decisiones y mostrar cómo se aplican tomando como base planteamientos de problemas de mercadotecnia. No se trata de que el estudiante desarrolle el software, sino que lo conozca y sea capaz de que cómo profesionista pueda solicitar soluciones informáticas de apoyo a la toma de decisiones.

La manera de abordar los contenidos.

Se requiere que el facilitador demuestre las competencias, conocimientos, dominio y experiencia de los temas que conforman la asignatura, necesitan estar a la vanguardia en el uso del internet, para obtener un beneficio propio, debido a que en el ámbito laboral se exige al profesionista colocar exitosamente a la empresa en el mercado. Su contenido contempla temas relacionados con los fundamentos y tecnologías de los negocios electrónicos y los modelos de negocios, que hoy en día se aplican de manera digital con la intención de llegar a más y mejores mercados logrando la competitividad de las organizaciones. Así como también, temas relacionados con la legislación de los procesos de mercadotecnia en el ambiente digital.



El enfoque con que deben ser tratados. El enfoque sugerido para la materia requiere que desarrollen la Habilidad 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 comunicación oral y escrita, Capacidad de trabajo en equipo.

La extensión y la profundidad de los mismos. Se requiere que el facilitador cuente con el dominio del tema y la experiencia profesional, demostrando que se encuentra en vinculación con organizaciones públicas y privadas donde aplica lo que en materia de Mercadotecnia Electrónica este enseñando en el aula.

Que actividades del estudiante se deben resaltar para el desarrollo de competencias genéricas. Realizar actividades que le permitan aplicar sus conocimientos en la práctica, capacidad de comunicación oral y escrita, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de diversas fuentes, capacidad para identificar, plantear y resolver problemas, trabajo en equipo y capacidad para tomar decisiones.

Que competencias genéricas se están desarrollando con el tratamiento de los contenidos de la asignatura. Desarrollo de habilidades directivas con el fin de resolver situaciones en el ámbito social y laboral, aplicar sus potencialidades para propiciar su desarrollo personal y la mejora de su calidad de vida, a través del autoconocimiento, el manejo del tiempo y la toma de decisiones, haciendo el uso de sus capacidades tales como: Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica, Capacidad para organizar y planificar el tiempo, Capacidad de comunicación oral y escrita, Capacidad de trabajo en equipo y capacidad de investigación.

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 alumnos en las actividades prácticas sugeridas, con la finalidad de que ellos Emprendan acciones para asumir el control de su superación personal, manejar su tiempo, el estrés así como a comunicarse de manera efectiva desarrollando así las competencias necesarias para desarrollarse en al ámbito laboral y profesional.

3. Competencia de la asignatura:



Conoce y desarrolla habilidades en el uso de tecnologías de negocios digitales que apoyen las decisiones mercadológicas para colocar productos o servicios en los mercados electrónicos con el fin de posicionar una marca.

4. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Conoce los medios electrónicos y digitales aplicados a la mercadotecnia para detectar las oportunidades competitivas que ofrecen a las organizaciones modernas.
-----------------	---	-------------	---

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
1 Unidad Mercadotecnia y evolución de los negocios electrónicos 1.1 Introducción a la Mercadotecnia electrónica. 1.2 Mercadotecnia en línea. 1.2.1 El consumidor on-line 1.2.2 Bases de segmentación más comunes para mercados en línea 1.2.3. Estrategias para precios en línea 1.3 Investigación de mercados en línea 1.4 Definición de Comercio y Negocios electrónicos	Los alumnos resuelven un Examen Diagnóstico en Línea en la Plataforma Educativa Classroom. El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y la evidencia será entregada en classroom, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad. 1. Los alumnos organizados en equipo realizan investigación	El facilitador realiza el Encuadre considerando los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> • Presentación del Docente. • Presentación de los Estudiantes. • Establecimiento de Acuerdos y compromisos. • Detección de expectativas de los Estudiantes en referencia a la signatura y al Docente. • Se da a conocer a los estudiantes los indicadores de alcance que deben de tener para lograr las competencias y los niveles que existen. 	Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad 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 aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad creativa.	3-12



<p>1.5 Oportunidades y riesgos de los negocios en internet 1.6 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos</p>	<p>para Exponer los siguientes temas: 1.2.3. Estrategias para precios en línea, 1.3 Investigación de mercados en línea, 1.4 Definición de Comercio y Negocios electrónicos, 1.5 Oportunidades y riesgos de los negocios en internet, 1.6 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos.</p> <p>2. Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>3, Seleccionar alguna empresa local donde apliquen e-marketing, realizar una investigación a través de medios digitales para solicitar información acerca de los beneficios de su aplicación y presentarlo mediante un informe.</p>	<p>De igual manera realiza la presentación de la signatura a través de proyección de diapositivas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracterización de la asignatura • Capacidades que requiere tener el Estudiante • Propósito de la materia • Objetivo general del curso. • Se da a conocer el Temario y la bibliografía <p>A efecto de conocer el grado de conocimientos de la unidad se aplicara un examen diagnóstico en Línea en la Plataforma Educativa Classroom.</p> <p>Se inicia a la primera unidad informando la manera en que se evaluara esta primera etapa.</p> <p>El docente mediante la técnica de Exposición a través de videoconferencia dará a conocer a través de proyección de diapositivas los siguientes temas</p>		
--	---	--	--	--



		<p>de la unidad 1 Mercadotecnia y evolución de los negocios electrónicos</p> <p>1.1 Introducción a la Mercadotecnia electrónica.</p> <p>1.2 Mercadotecnia en línea.</p> <p>1.2.1 El consumidor on-line</p> <p>1.2.2 Bases de segmentación más comunes para mercados en línea</p> <p>El docente realiza preguntas con relación a lo expuesto y retroalimenta si es necesario con la finalidad de detonar la Participación de los estudiantes, al final entregara a los Estudiantes el material didáctico para su estudio.</p> <p>El docente solicita a los estudiantes realicen las siguientes actividades que le permitirán alcanzar la competencia plasmada en esta unidad.</p> <p>Los alumnos organizados en equipo realizan investigación para Exponer los siguientes temas: 1.2.3. Estrategias para</p>		
--	--	--	--	--



		<p>precios en línea, 1.3 Investigación de mercados en línea, 1.4 Definición de Comercio y Negocios electrónicos, 1.5 Oportunidades y riesgos de los negocios en internet, 1.6 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos.</p> <p>Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>Seleccionar alguna empresa local donde apliquen e-marketing, realizar una investigación a través de medios digitales para solicitar información acerca de los beneficios de su aplicación y presentarlo mediante un informe.</p>		
--	--	---	--	--



Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Los alumnos organizados en equipo realizan investigación para Exponer los siguientes temas: 1.2.3. Estrategias para precios en línea, 1.3 Investigación de mercados en línea, 1.4 Definición de Comercio y Negocios electrónicos, 1.5 Oportunidades y riesgos de los negocios en internet, 1.6 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos.	20%
b) Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.	40%
c) Seleccionar por equipo alguna empresa local donde apliquen e-marketing, realizar una investigación a través de medios digitales para solicitar información acerca de los beneficios de su aplicación y presentarlo mediante un informe.	40%

Niveles de desempeño:

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores 1. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 2. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas	95-100



		<p>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.</p> <p>3. 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.</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>6. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de</p>	
--	--	--	--



		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 (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Exposición (Guía de Observación)	20	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Demuestra sus Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar exposiciones a través de en equipos de trabajo con los temas, 1.2.3. Estrategias para precios en línea, 1.3 Investigación de mercados en línea, 1.4 Definición de Comercio y Negocios electrónicos, 1.5 Oportunidades y riesgos de los negocios en

Instituto Tecnológico Superior de San Andres Tuxtla



INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA
PARA LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES



							internet, 1.6 Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos, utilizando las TIC'S.
Participación (Guía de Observación)	40	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de la comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.
Informe (lista de cotejo)	40	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra su conocimiento en Seleccionar alguna empresa local donde apliquen e-marketing, realizar una visita para solicitar información acerca de los beneficios de su aplicación, y presentar un informe. Sin faltas de ortografía.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A.	

5. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Conoce y comprende los diferentes modelos de negocios en la economía digital para su aplicación logrando el <u>posicionamiento de una empresa en el mercado.</u>
-----------------	---	-------------	--

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
2 Unidad Modelos de negocios en la Economía Digital	El docente informa que esta materia se trabajara mediante la metodología del aula invertida un enfoque alineado	Se inicia a la segunda unidad informando la manera en que se evaluara esta etapa.	Habilidad para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas.	3-12



<p>2.1 Introducción a los modelos de negocios 2.2 Clasificación de los modelos de negocios 2.2.1 Negocio a negocio (B2B, Business to Business) 2.2.2 Negocio a Clientes (B2C, Business to Customers) 2.2.3 Negocio a Gobierno (B2G, Business to Government) 2.2.4 Tendencias actuales</p>	<p>con los objetivos del Tecnológico Nacional de México.</p> <p>Esta garantiza la calidad educativa y mejora la participación activa de los estudiantes, fomenta el aprendizaje autónomo y permite un enfoque más personalizado durante las sesiones presenciales.</p> <p>Para ello el docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que se encuentran detalladas en classroom, en donde subirán la evidencia de los resultados, con la finalidad de lograr la competencia marcada en la unidad.</p> <p>1. Realizar por equipo una exposición de los Modelos</p>	<p>El docente mediante la técnica de Exposición dará a conocer la manera en que trabajaran la Metodología del aula Invertida, les proporciona los, link de artículos, videos, podcats, cuestionarios, preguntas guía y todo lo necesario para la aplicación de este método.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades:</p> <p>Realizar por equipo una exposición de los Modelos de Negocio y Tendencias Digitales en 2025</p> <p>El estudiante realizará en equipo un Proyecto haciendo uso de los modelos de negocio en la creación de una empresa digital ficticia.</p> <p>Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y</p>	<p>Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad creativa.</p>
---	---	---	--



	<p>de Negocio y Tendencias Digitales en 2025</p> <p>2. El estudiante realizará en equipo un Proyecto haciendo uso de los modelos de negocio en la creación de una empresa digital ficticia.</p> <p>3. Participación, desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo a desarrollarse en la clase virtual y en línea.</p>	<p>por equipo a desarrollarse en la clase virtual y en línea.</p>		
--	---	---	--	--



Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
a) Realizar por equipo una exposición de los Modelos de Negocio y Tendencias Digitales en 2025	20%
b) El estudiante realizará en equipo un Proyecto haciendo uso de los modelos de negocio en la creación de una empresa digital ficticia.	20%
c) Participación, Desempeño, actitud de trabajo, individual y por equipo a desarrollarse en la clase virtual y en línea.	60%

Niveles de desempeño):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores 7. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 8. 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.	95-100



		<p>9. 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.</p> <p>10. 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>11. 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>12. 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 (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Exposición (Guía de Observación)	20	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Haciendo uso de las Tic's los alumnos organizados en equipo realizan una exposición de los Modelos de Negocio y Tendencias Digitales en 2025
Proyecto (lista de cotejo)	20	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Aplicar de manera práctica los conocimientos adquiridos en la Unidad, mediante la creación de un proyecto ficticio que simule situaciones reales, permitiendo a los estudiantes consolidar su comprensión y habilidades a través de la resolución de problemas específicos y la implementación de estrategias aprendidas
Participación (guía de Observación)	60	58-60	55-57	52-54	49-51	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de la comunicación oral, demuestra capacidad para



							aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A.	

6. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Conoce las tecnologías adecuadas de integración utilizadas en los modelos de negocios en la economía digital, para evaluar su factibilidad y ventaja competitiva
-----------------	---	-------------	--

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
3 Unidad Tecnologías de integración 3.1 Internet 3.2 Terminales Móviles 3.3 ERP 3.4 Call Center. 3.5 Web Center 3.6 CRM 3.7 CSM	El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y la evidencia en la Plataforma Educativa Classroom.: 1. Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación . Así mismo	Se inicia a la tercera unidad informando la manera en que se evaluara esta etapa. El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipo del Estudiante en clases y en los trabajos entregados. El docente solicita realicen las siguientes actividades, que	Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad 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 aplicar los conocimientos en la práctica.	4-16



	<p>desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>2. Formados en equipos se asignan a cada uno una tecnología: Internet, Terminales Móviles, ERP, Call Center, Web Center, CRM o CSM, la cual Deben investigar: Definición, Ejemplos de empresas que la usan, Beneficios y desventajas y Presentar en una infografía.</p> <p>3. Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 30% de la evidencia mediante una Exposición.</p>	<p>presentaran en clases y la evidencia en la Plataforma Educativa Classroom. con la finalidad de lograr las competencias de la unidad:</p> <p>Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>Formados en equipos se asignan a cada uno una tecnología: Internet, Terminales Móviles, ERP, Call Center, Web Center, CRM o CSM, la cual Deben investigar: Definición, Ejemplos de empresas que la usan, Beneficios y desventajas y Presentar en una infografía.</p> <p>Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital,</p>	<p>Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad creativa.</p>	
--	--	--	--	--



		(estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 30% de la evidencia mediante una Exposición.		
--	--	--	--	--

Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
a) Formados en equipos se asignan a cada uno una tecnología: Internet, Terminales Móviles, ERP, Call Center, Web Center, CRM o CSM, la cual Deben investigar: Definición, Ejemplos de empresas que la usan, Beneficios y desventajas y Presentar en una infografía.	30%
a) Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.	40%
a) Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 30% de la evidencia mediante una Exposición.	30%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
-----------	--------------------	------------------------	---------------------



Competencia Alcanzada	Excelente	<p>Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores</p> <p>13. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>14. 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.</p> <p>15. 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.</p> <p>16. 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,</p>	95-100
-----------------------	-----------	--	--------



		bibliografía, documentales, etc. para sustentar su punto de vista. 17. 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. 18. 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 (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	



Infografía (lista de cotejo)	30	28.500-30.000	25.500-28.200	22.500-25.200	21.00-22.200	N. A.	Demuestra su capacidad de investigación para y la habilidad en el uso de las tics, al realizar por equipo una investigación sobre tecnología: Internet, Terminales Móviles, ERP, Call Center, Web Center, CRM o CSM, Presentar en una infografía.
Exposición (guía de Observación)	30	28.500-30.000	25.500-28.200	22.500-25.200	21.00-22.200	N. A.	Demuestra sus Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar el Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia electrónica, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar la evidencia mediante una Exposición.
Participación (guía de Observación)	40	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de la comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A.	

7. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Conoce y comprende las normas legales que regulan el comercio electrónico para evitar los delitos informáticos y asegurar su buen funcionamiento.
-----------------	---	-------------	---



Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
<p>4 Unidad Legislación y seguridad en el comercio electrónico</p> <p>4.1 Legislación del comercio electrónico</p> <p>4.2 Contratación</p> <p>4.2.2 Tipos y clasificación de contratos</p> <p>4.2.4 Ejecución del contrato</p> <p>4.3 Seguridad privada (criptografía o Encriptamiento)</p> <p>4.4 Ética del comercio electrónico</p> <p>4.5 Delitos y amenazas</p> <p>4.5.1 Daño y robo a datos</p> <p>4.5.2 Amenazas potenciales: virus y Hacker´s</p>	<p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en la Plataforma Educativa Classroom.:</p> <p>Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 60% de la evidencia mediante una Exposición.</p> <p>Los estudiantes formados en equipo investigaran para</p>	<p>Se inicia a la cuarta unidad informando la manera en que se evaluara esta etapa.</p> <p>El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentaran en clases y las evidencias en la Plataforma Educativa Classroom.:</p> <p>Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa)</p>	<p>Capacidad de comunicación oral y escrita.</p> <p>Habilidad para buscar, procesar y Analizar información procedente de fuentes diversas.</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 de trabajo en equipo.</p> <p>Capacidad creativa.</p>	<p>3-12</p>



	<p>comprender y ejemplificar los tipos, formación y medidas de seguridad aplicables a contratos en entornos empresariales con la finalidad de presentar mediante una exposición.</p>	<p>ponerla en marcha y presentar el avance al 60% de la evidencia mediante una Exposición.</p> <p>Los estudiantes formados en equipo investigaran para comprender y ejemplificar los tipos, formación y medidas de seguridad aplicables a contratos en entornos empresariales con la finalidad de presentar mediante una exposición.</p>		
--	---	--	--	--

Indicadores de Alcance	Valor de Indicador
<p>a) Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p>	<p>40%</p>
<p>b) Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 60% de la evidencia mediante una Exposición.</p>	<p>40%</p>
<p>c) Los estudiantes formados en equipo investigaran para comprender y ejemplificar los tipos, formación y medidas de</p>	<p>20%</p>



seguridad aplicables a contratos en entornos empresariales con la finalidad de presentar mediante una exposición.

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> <p>19. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad.</p> <p>20. 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.</p> <p>21. 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.</p>	95-100

		<p>22. 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>23. 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>24. 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	N. A.



		de los indicadores definidos en desempeño excelente.	
--	--	--	--

Matriz de Evaluación :

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Participación (guía de Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de la comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.
Exposición (guía de Observación)	40%	38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar el Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia electrónica, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar la evidencia mediante una Exposición.
Exposición (Guía de Observación)	20	19.000-20.000	17.000-18.800	15.000-16.800	14.000-14.800	N. A.	Demuestra sus Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar una investigación para comprender y ejemplificar los tipos, formación y medidas de seguridad aplicables



							a contratos en entornos empresariales con la finalidad de presentar mediante una exposición.
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A.	

8. Análisis por competencias específicas:

Competencia No.	1	Descripción	Conoce y analiza las herramientas de la inteligencia de negocios que facilitan el análisis de información contenida en bases de datos para implementarlas en las empresas como apoyo en el proceso de toma de decisiones
-----------------	---	-------------	--

Temas y subtemas para desarrollar la competencia específica	Actividades de aprendizaje	Actividades de enseñanza	Desarrollo de competencias genéricas	Horas teórico-práctica
5 Unidad Software de Inteligencia de Negocios (Business Intelligence) 5.1. Introducción a la Inteligencia de Negocios (BI) 5.2 Herramientas tecnológicas de BI 5.3 Sistemas de Soporte a la Decisión. 5.3.1 Almacenes de Datos (Data Warehouse) 5.3.2 Tableros de control. 5.4 Indicadores clave de rendimiento (KPI):	El docente informa que se considerará la Participación individual y por equipo del Estudiante en clases y en los trabajos entregados. El docente instruye a los Estudiantes realizar por equipo y de manera individual las siguientes actividades, que presentara en clases y las evidencia en la Plataforma Educativa Classroom.: Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital,	Se inicia la última unidad informando la manera en que se evaluara esta quinta etapa. El docente solicita realicen las siguientes actividades, que presentaran en clases y en la Plataforma Educativa Classroom. con la finalidad de lograr las competencias de la unidad: Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera	Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad 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 aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad creativa.	3-12



	<p>(estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha. Mostrar el avance al 100% mediante una exposición.</p> <p>Los estudiantes formados en equipo investigan sobre los Sistemas de Soporte a la Decisión con la finalidad de resolver un caso de estudio.</p>	<p>autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.</p> <p>Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha. Mostrar el avance al 100% mediante una exposición</p> <p>Los estudiantes formados en equipo investigan sobre los Sistemas de Soporte a la Decisión con la finalidad de resolver un caso de estudio.</p>		
--	--	---	--	--



Indicadores de Alcance (4.8)	Valor de Indicador ((4.9)
a) Comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.	30%
b) Los estudiantes formados en equipo investigan sobre los Sistemas de Soporte a la Decisión con la finalidad de resolver un caso de estudio.	30%
a) Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar el avance al 100% de la evidencia mediante una Exposición.	40%

Niveles de desempeño (4.10):

Desempeño	Nivel de desempeño	Indicadores de Alcance	Valoración numérica
Competencia Alcanzada	Excelente	Cumple al menos 5 de los siguientes indicadores 25. Se adapta a situaciones y contextos complejos: Puede trabajar en equipo, refleja sus conocimientos en la interpretación de la realidad. 26. Hace aportaciones a las actividades académicas desarrolladas: Pregunta integrando conocimientos de otras asignaturas o de casos anteriores de la misma asignatura.	95-100



		<p>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.</p> <p>27. 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.</p> <p>28. 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>29. 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>30. Realiza su trabajo de manera autónoma y autorregulada. Es capaz de organizar su tiempo y trabajar sin necesidad de</p>	
--	--	--	--

		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 (4.11):

Evidencia de Aprendizaje	%	Indicador de Alcance					Evaluación formativa de la competencia
		A	B	C	D	N	
Participación (guía de Observación)	30	28.500-30.000	25.500-28.200	22.500-25.200	21.00-22.200	N. A.	Demuestra sus Habilidades en el uso de la comunicación oral, demuestra capacidad para aprender de manera autónoma y expresar los puntos de vista mediante la participación. Así mismo desarrolla las actividades solicitadas en clases.
Caso de estudio (guía de Observación)	30	28.500-30.000	25.500-28.200	22.500-25.200	21.00-22.200	N. A.	Demuestra sus Habilidades de análisis y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar una investigan sobre los Sistemas de Soporte a la Decisión con la finalidad de resolver un caso de estudio.



Exposición (guía de observación)	40						
		38.000-40.000	34.000-37.350	30.000-33.750	28.000-29.750	N.A	Demuestra sus Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación y Capacidad de trabajo en equipo al Desarrollar el Proyecto del curso: Elegir una empresa local y desarrollar su mercadotecnia digital, (estrategias y apoyo en general a la empresa) ponerla en marcha y presentar al 100% de la evidencia mediante una Exposición
Total	100	95-100	85-94	75-84	70-74	N.A.	

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.

9. Fuentes de información y apoyos didácticos:

Fuentes de información:

Apoyos didácticos

<p>1. Amor, Daniel. La revolución del e-business, clave para trabajar en un mundo interconectado. Prentice hall, buenos aires. (2000)</p> <p>2. Colin Combe; Introduction to e-Business: Management and Strategy; First Edition; Elsevier Ltd.; (2006)</p> <p>3. Efraim Turban; Business Intelligence; 2a. Edición; Prentice Hall; (2010)</p> <p>4. Judy Strauss, Raymond Frost; E-Marketing; 7TH Edition; Prentice Hall. (2013)</p> <p>5. Kathleen Sindell; CRM a través de internet: como identificar, atraer, atender y retener a los clientes; 1a. Edición; edit. Gestión 2000; (2003)</p> <p>6. Ley DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN MEXICO</p>	<p>Cañón</p> <p>Computadora</p> <p>Bocinas</p> <p>Apuntador</p> <p>Pizarron</p>
---	---



7. Ornelas Amescua, Mario. E-commerce en México: aspectos legales. SICCO, (2000)
8. Ralph Kimball, Laura Reeves, Margy Ross; The Data Warehouse Toolkit: The Complete Guide to Dimensional Modeling (Second Edition); Ed. Wiley.
9. Ríos Estavillo JJ. Derecho e Informática en México informática jurídica y derecho de la información. México (2000)
10. Siebel, Thomas. Cyber Rules. Estrategias para el éxito en el E-Business. GRANIJA ,ESPAÑA (2000).
11. Ward, Hanson. Principios de Mercadotecnia en Internet. Thompson, (2001)
12. Fernández, B. A. (2013). Clasificación de contratos electrónicos. Recuperado de
13. <http://www.pabloburgueno.com/2010/06/tipos-y-clasificacion-de-contratos-electronicos/>
Páginas de comercio electrónico:
 1. www.revistaneo.com
 2. www.merca20.com
 3. www.mercadolibre.com
 4. www.ebay.com
 5. www.puromarketing.com
 6. www.the-emagazine.com

10. Calendarización de evaluación en semanas (6)

Instituto Tecnológico Superior de San Andrés Tuxtla



TECNOLÓGICO
NACIONAL DE MÉXICO®

INSTRUMENTACIÓN DIDÁCTICA
PARA LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE
SAN ANDRÉS TUXTLA

Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
TP			EF1			EF2				EF3			EF4			EF5 ES
TR	ED															
SD					SD1				SD2				SD3			SD4

TP: Tiempo Planeado
ED: Evaluación diagnóstica

TR: Tiempo Real
EFn: Evaluación formativa (Competencia específica n)

SD: Seguimiento departamental
ES: Evaluación sumativa

Fecha de elaboración 18 AGOSTO DE 2025

MCA. EDITH FONSECA GUZMAN
Nombre y firma del (de la) profesor(a)

IGE. YATZARET ORTEGA ESCALERA
Nombre y firma del(de la) Jefe(a) de Departamento Académico