

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Especialidad en Administración del
Comercio Exterior.

| DATOS GENERALES |
|----------------------------------------------------------------------|
| Nombre del Curso |
| Tecnologías de la información en los negocios internacionales |

| PRESENTACIÓN GENERAL |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Justificación |
| <p>El especialista en administración del comercio exterior debe conocer, aplicar, utilizar y gestionar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para llevar a cabo de manera más eficiente, los procesos de las empresas dedicadas al comercio exterior, ya sean públicas o privadas, con o sin fines de lucro, también es suma relevancia, el que comprenda la clasificación de sistemas de información y la importancia de los mismos en la actualidad en el proceso de toma de decisiones. El uso de la tecnología, aplicada en los negocios, cambia la forma de comprar, vender, distribuir y los medios de pago, la demanda creciente de compras a través de Internet genera la pertinencia que, el especialista en administración del comercio exterior, esté dotado con las competencias necesarias para diseñar estrategias de comercio electrónico y mercadotecnia digital, lo cual le permite al mismo tiempo, poder ampliar su mercado potencial a nivel mundial.</p> |

| OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Que al término del curso, los alumnos sen capaces de comprender y aplicar, las Tecnologías de Información y Comunicación utilizadas en los negocios internacionales.</p> <p>Proveer a lo largo del curso, los saberes teóricos necesarios para que los alumnos sean capaces de identificar, analizar y clasificar, los sistemas de información como apoyo en el proceso de toma de decisiones en las organizaciones de ámbito internacional.</p> <p>Dotar a los alumnos en el transcurso del curso, de las competencias necesarias para desarrollar modelos y estrategias de negocios internacionales, basados en tecnologías emergentes.</p> |

| UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS |
|----------------------------------------------------------------------------|
| UNIDAD 1 |
| 1. Tecnologías de Información y Comunicación |
| Objetivos particulares |
| Conocer y comprender qué son las Tecnologías de Información y Comunicación |

| Temas |
|---------------------------------------------------------------------------|
| 1.1. Concepto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC´s) |
| 1.1.1. Características de las TIC´s |
| 1.1.2. Tipos de TIC´s |
| 1.2. Evolución de las TIC´s |
| 1.3. Ventajas de las TIC´s |
| 1.4. Aplicación de las TIC´s en los negocios internacionales |
| 1.4.1. Portales de consulta y trámites |
| 1.5. La estrategia de negocios a través de tecnologías de información |

| UNIDAD 2 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Tecnologías de Apoyo a la Toma de Decisiones |
| Objetivos particulares |
| Identificar, analizar y clasificar, los sistemas de información como apoyo en el proceso de toma de decisiones |
| Temas |
| 2.1. Sistemas de Información (SI) |
| 2.1.1. Definición de Sistemas de Información |
| 2.1.2. Características de un SI |
| 2.1.3. Clasificación de los SI |
| 2.2. Sistemas de Información Transaccionales |
| 2.3. Sistemas de Información de Apoyo a la Toma de Decisiones (DSS) |
| 2.4. Sistemas de Información Estratégicos |
| 2.5. Sistemas de Información Expertos y de Inteligencia Artificial |

| UNIDAD 3 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. Sistemas Integradores de la administración de la empresa |
| Objetivos particulares |
| Clasificar e identificar los tipos de sistemas de información integradores en las organizaciones |
| Temas |
| 3.1. Sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) |
| 3.2. Sistemas de Planificación de los Requerimientos de Materiales (MRP) |
| 3.3. Sistemas de Administración de la Relación con los Clientes (CRM) |
| 3.4. Sistemas de Gestión de la Cadena de Suministros (SCM) |

| UNIDAD 4 |
|---------------------------------------------------------------------------|
| 4. Comercio Electrónico |
| Objetivos particulares |
| Comprender y analizar las características del Comercio Electrónico |
| Temas |
| 4.1. ¿Qué es el Comercio Electrónico? |
| 4.1.1 Diferencias entre el Comercio Electrónico y el Comercio Tradicional |

| |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>4.1.2. Características del Comercio Electrónico</p> <p>4.2. Modelos y conceptos de negocios del Comercio Electrónico</p> <p>4.3. Infraestructura del Comercio Electrónico</p> <p>4.4. Sitio Web de Comercio Electrónico</p> <p>4.5. Seguridad en línea y sistemas de pago</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| UNIDAD 5 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. Mercadotecnia Digital |
| Objetivos particulares |
| Analizar, diseñar y desarrollar estrategias de mercadotecnia digital |
| Temas |
| <p>5.1. ¿Qué es la Mercadotecnia Digital?</p> <p style="padding-left: 20px;">5.1.1. Diferencias entre la Mercadotecnia Digital y la Mercadotecnia Tradicional</p> <p style="padding-left: 20px;">5.1.2. Características de la Mercadotecnia Digital</p> <p>5.2. Estrategia del marketing en línea</p> <p>5.3. Social Media marketing</p> <p>5.4. Mobile Marketing</p> <p>5.5. Marketing de Buscadores</p> |

| TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Se promoverá la participación activa de los alumnos por parte del docente, implementando el uso de una plataforma tecnológica (EMINUS) que permita una la realización de actividades y comunicación extra muros entre los participantes del curso, se utilizarán también el uso de correo electrónico, entornos de comunicadores móviles y redes sociales durante el desarrollo del curso, con la finalidad de atender dudas referente a los temas tratados en clases.</p> |
| <p>Docente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Exposición por parte del maestro de los temas tratados 2. Método de proyectos 3. Método de casos, en los que se ejemplificarán casos por parte del docente y se 4. Método de preguntas, a través de cuestionarios 5. Panel de discusión coordinados por el docente 6. Simulación y juegos coordinados por el docente 7. Lluvia de ideas, en donde los alumnos de manera conjunta, grupal o individual, desarrollaran soluciones a problemas o casos planteados y coordinados por el docente |
| <p>Alumno</p> |

1. Exposición por parte de los alumnos de algunos temas como actividad de reforzar los temas
2. Desarrollo y elaboración de proyectos que permitan la comprensión y aplicación de los saberes
3. Propuestas de soluciones de casos, con la guía y herramientas sugeridas por el docente
4. Solución de cuestionarios por parte de los alumnos
5. Participación en panel de discusión coordinados por el docente
6. Participación en simulaciones y juegos coordinados por el docente
7. Participación en lluvia de ideas, en donde los alumnos de manera conjunta, grupal o individual, desarrollaran soluciones a problemas o casos planteados y coordinados por el docente

EQUIPO NECESARIO

PC, Lap Top o dispositivo móvil (tableta)
 Conectividad a Internet
 Navegador (Internet Explorer, Safari, Google Chrome ó Firefox)
 Proyector
 Bocinas
 Software: Editores de texto, hoja de cálculo, lectores de PDF, editores de páginas Web

BIBLIOGRAFÍA

1. Chaffey, D., (2014). *Marketing Digital*. Quinta edición. México: Pearson.
2. Cohen, D., Asín, E., (2009). *Tecnologías de información en los negocios*. Quinta edición. México: McGraw-Hill.
3. Dodson, I., (2016). *The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns*. EEUU: Wiley
4. Kutchera, J., (2013). *E-X-I-T-O: su estrategia de marketing digital en 5 pasos*. México: Grupo Editorial Patria
5. Laudon, K., Laudon, J. (2016). *Sistemas de información gerencial. Decimocuarta edición*. México: Perason.
6. Lecinski, J., (2011). *ZMOT Ganando el momento de la verdad*. México: Editorial Google
7. Rayport, J., Jaworski, B., (2003). *e-Commerce*. México: McGraw-Hill
8. Schneider, G., (2004). *Comercio Electrónico*. Tercera edición. México. Thomson.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

1. Asociación de Internet. Disponible en: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/> Consultado el: 10 de enero de 2019
2. Grupo financiero base. Disponible en: <https://blog.bancobase.com/la-importancia-de-la-tecnologia-en-el-comercio-exterior> Consultado el: 10 de enero

de 2019

3. El impacto del avance tecnológico en el comercio internacional de México. Disponible en: <https://www.laes.org.mx/debate-economico-no-17/el-impacto-del-avance-tecnologico-en-el-comercio-internacional-de-mexico/>
Consultado el: 10 de enero de 2019
4. Impacto de las TIC en la forma de hacer negocios internacionales. Una revisión del paradigma ecléctico. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/David_De_Matias_Batalla2/publication/270902184_Impacto_de_las_TIC_en_la_forma_de_hacer_negocios_internacionales_Una_revision_del_paradigma_electico/links/54b937ee0cf2d11571a31df0/Impacto-de-las-TIC-en-la-forma-de-hacer-negocios-internacionales-Una-revision-del-paradigma-electico.pdf Consultado el: 10 de enero de 2019
5. Impacto de las TICs en la Gestión de Negocios Internacionales. Disponible en: [http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10\(3\)18-33.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10(3)18-33.pdf) Consultado el 10 de enero de 2019
6. Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). Disponible en: <https://imco.org.mx/home/> Consultado el: 10 de enero de 2019
7. Marketing Digital. Disponible en: <https://www.mdmarketingdigital.com/que-es-el-marketing-digital> Consultado el: 10 de enero de 2019
8. Merca2.0. Disponible en: <https://www.merca20.com> Consultado el: 10 de enero de 2019
9. Portal de Servicios de Aduanas. Disponible en: <http://omawww.sat.gob.mx/aduanas/Portal/index.html#!/> Consultado el: 10 de enero de 2019
10. Social Media Today. Disponible en: <https://www.socialmediatoday.com> Consultado el: 10 de enero de 2019

Otros Materiales de Consulta:

1. Revistas especializadas
2. Blogs de TIC's
3. Películas:
 - a. Red social
 - b. Steve Jobs
4. Documentales y series, sobre tecnologías, negocios y startups

EVALUACIÓN

SUMATIVA

| Aspecto a Evaluar | Forma de Evaluación | Evidencia | Porcentaje |
|-------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|------------|
| 1. Saberes teóricos * Análisis, Síntesis y Crítica | Parciales y examen final | Resultado de los exámenes aplicados | 40% |

| | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------------------|------|
| 2. Saberes teóricos *Habilidades de Comunicación *Trabajo en Equipo y Cooperación | Entrega de tareas y trabajos | Resultados de las tareas y trabajos entregados | 10% |
| 3. Saberes teóricos, heurísticos y axiológicos *Análisis, Síntesis y Crítica *Organización y Planificación *Habilidades de Comunicación *Responsabilidad | Entrega de prácticas | Resultado de la entrega de las prácticas | 20% |
| 4. Saberes teóricos y heurísticos *Resolución de Conflictos *Búsqueda de la Excelencia (iniciativa) *Innovación *Emprendimiento *Liderazgo | Entrega de proyecto final | Resultado del proyecto entregado | 30% |
| Total | | | 100% |