

**1. DATOS GENERALES DEL CURSO**

Nombre del curso	e-Business				
Programa al que pertenece	Licenciatura en Mercadotecnia Digital				
Área de formación	Básica Particular Obligatoria				
Clave de la materia	IH696		Créditos	8	
Horas totales del curso	85	Horas Teoría	30	Horas Práctica	55
Fecha de diseño del curso	21/05/2021		Fecha de actualización del curso	21/05/2021	

2. COMPETENCIA

El estudiante será capaz de desarrollar un modelo de negocio utilizando diferentes herramientas tecnológicas y con ello facilitar la compraventa de productos, adquisición de bienes y servicios a través de internet como medio principal.

3. PRODUCTO INTEGRADOR

Descripción	Plan de e-Business que corresponde a una propuesta de transformación digital de una organización mediante un esquema de valor agregado.
--------------------	---

4. RECORTE DE CONTENIDO

	Tema 1	Tema 2	Tema 3
Título	Introducción al e-Business	Modelos de e-Business	e-Business en las organizaciones
Objetivo	Conceptualizar e-Business como instrumento de negocio para expandirse a nuevos mercados nacionales y/o internacionales a través de la utilización de internet como vía de comunicación.	Adopción de un modelo de negocio, para posicionar tu empresa en el mundo digital	Diseñar una estrategia de comercio electrónico, para lograr el éxito en internet.



Contenido	<ul style="list-style-type: none"> • Inicios del e-Business • ¿Qué es e-Business ?, conceptos y tendencias • Evolución del comercio electrónico • e-Commerce vs e-Marketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de e-Business • Modelos e-Business • Clasificación de los modelos e-Business • Evolución del modelo e-Business • Beneficios y funcionalidades de los modelos e-Business 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencias entre e-Business vs e-Commerce • Ventajas y desventajas del comercio electrónico • Canales de comunicación utilizados para e-Business • Estrategias digitales de e-Business
------------------	---	---	--

5. PRERREQUISITOS

Obligatorios	Fundamentos de Mercadotecnia
Recomendados	Administración de las Ventas en Mercados Digitales, Herramientas Digitales, Legislación en Medios Digitales, Mix de Comunicación Digital, Proyecto III.

6. PERFIL DEL DOCENTE PARA IMPARTIR EL CURSO

Profesor con nivel Licenciatura o Posgrado de cualquier carrera económico administrativa, tecnología aplicada o afín, que cuente con conocimientos sobre la transformación digital de una organización a través de una estrategia de e-Business, identificando sus características, técnicas y herramientas para su propuesta y validación.