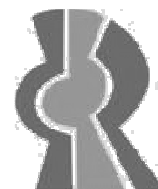




UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

DEPARTAMENTO:	CIENCIAS COMPUTACIONALES				
ACADEMIA A LA QUE PERTENECE:	Ingeniería de software				
NOMBRE DE LA MATERIA:	Tópicos Selectos de Informática I(Comercio Electrónico)				
CLAVE DE LA MATERIA:	CC420				
CARÁCTER DEL CURSO:	OPTATIVA				
TIPO DE CURSO:	CURSO				
No. DE CRÉDITOS:	11				
No. DE HORAS TOTALES:	80	Presencial	70	No presencial	10
ANTECEDENTES:	300 créditos				
CONSECUENTES:	N/A				
CARRERAS EN QUE SE IMPARTE:	LICENCIATURA EN INFORMÁTICA (INF) LICENCIATURA EN INGENIERÍA EN COMPUTACIÓN (COM)				
FECHA DE ULTIMA REVISIÓN:	10 de Julio del 2009				

PROPÓSITO GENERAL

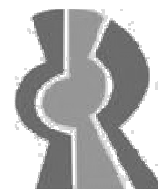
La materia de Comercio Electrónico tiene la finalidad de conocer las nuevas formas de hacer negocios a través de Internet, proporcionando a los alumnos habilidades y conocimientos para el desarrollo de sistemas de información adaptados al comercio electrónico.

OBJETIVO TERMINAL

En este curso teórico el alumno conocerá las formas de hacer negocios, proporcionándoles habilidades y conocimientos para el desarrollo de sistemas de información adaptados al comercio electrónico, a través de lecturas en libros referenciados, analizará a través de casos de estudio las experiencias de éxito/fracaso que han tenido empresas al desarrollar sitios de Comercio Electrónico, creará un sitio de Comercio Electrónico como proyecto final, aprenderá el valor de trabajo en equipo a través del desarrollo del sitio de Comercio Electrónico.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Agilidad en el uso de la computadora, conocimientos del sistema operativo Windows XP® , conocimientos en el uso de paqueterías, conocimiento básico de html, conocimientos básicos en el desarrollo de Bases de datos , conocimientos básicos de ingeniería de software.

HABILIDADES Y DESTREZAS A DESARROLLAR

- Desarrollo de página web con HTML, JAVASCRIPT Y HOJAS DE ESTILO
- Trabajo en equipo
- Investigación
- Desarrollo de páginas web con flash y dreamweaver
- Conocimientos sobre Joomla
- Desarrollo de páginas web con php y mysql
- Conocimientos básicos sobre ASP
- Capacidad de discutir para encontrar soluciones en resolución de problemas.

ACTITUDES Y VALORES A FOMENTAR

Puntualidad, honestidad, responsabilidad, comunicación, respeto, superación, lealtad, trabajo en equipo.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Método	Método tradicional de exposición	Método Audiovisual	Aula Interactiva	Multimedia	Desarrollo de proyecto	Dinámicas	Estudio de casos	Otros (Especificar)
%	20	20		20	20	10	10	

RECURSOS METODOLOGICOS

En este curso se le presentan al alumno los conceptos principales en salón. Para las tareas e investigaciones utilizarán libros referenciados, revistas e Internet.

ProyMoodle

Video Tutoriales

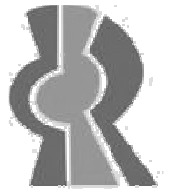
Presentacion es de Power Point

RECURSOS NECESARIOS

-Cañón

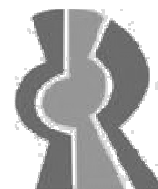


UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

- Pintarrón
- Marcadores
- Borrador
- Laptop

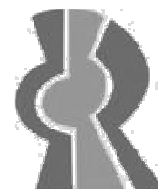


CONTENIDO TEMÁTICO

CONTENIDO TEMÁTICO		
MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO		4 HRS
El alumno tendrá un panorama general de los elementos más importantes que conforman el concepto a través de Internet. Identificar la infraestructura (tecnológica y de negocios) requerida para llevar a cabo comercio electrónico. Diferenciar las ventajas y desventajas entre el comercio electrónico del comercio tradicional.		
1.1	MODELOS DE NEGOCIO EN COMERCIO ELECTRÓNICO.	2 HRS
DEFINIRÁ CORRECTAMENTE LOS CONCEPTOS DE COMPUTADORA, PROCESADOR DE DATOS, PROGRAMA, LENGUAJE DE COMPUTADORA Y DATOS EN SU CUADERNO.		
1.1.1	CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO	30MIN
EL ALUMNO DEFINIRÁ CORRECTAMENTE EL CONCEPTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE UNA EXPLICACIÓN POR PARTE DE SU PROFESOR.		
1.1.2	HISTORIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO	30MIN
EL ALUMNO CONOCERÁ LA HISTORIA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO. A TRAVÉS DE UNA LECTURA QUE EL MAESTRO LE PROPORCIONARÁ.		
1.1.3	MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.	30MIN
EL ALUMNO CONOCERÁ LOS MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE UNA DINÁMICA QUE EL MAESTRO ORGANIZARÁ EN EL AULA DE CLASES.		
1.1.4	DEFINIR EL PROYECTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO A DESARROLLAR	30MIN
EL ALUMNO DEFINIRÁ QUE PROYECTO DESARROLLARÁ, DE ACUERDO A LOS MODELOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO QUE HA CONOCIDO, ASÍ COMO CON QUE COMPAÑEROS DESEA TRABAJAR EN EQUIPO PARA ESTE FIN.		
1.2	VENTAJAS Y DESVENTAJAS ENTRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL COMERCIO TRADICIONAL.	1 HRS
EL ALUMNO CONOCERÁ LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO FRENTE AL COMERCIO TRADICIONAL.		
1.2.1	MANEJO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.	20MIN
EL ALUMNO ENTENDERÁ CUALES SON LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA REALIZAR EL PROCESO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.		
1.2.2	MANEJO DEL COMERCIO TRADICIONAL	20MIN
EL ALUMNO ENTENDERÁ CUAL ES EL PROCESO DEL COMERCIO TRADICIONAL.		
1.2.3	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	20MIN
EL ALUMNO DEDUCIRÁ CUALES SON LAS DIFERENCIAS ENTRE EL COMERCIO TRADICIONAL, FRENTE AL COMERCIO ELECTRÓNICO, Y FINALMENTE ENTENDERÁ VENTAJAS Y DESVENTAJAS ENTRE AMBOS.		
1.3	CONCEPTOS DE CADENA DE SUMINISTRO.	1 HRS
EL ALUMNO CONOCERÁ EL CONCEPTO DE CADENA DE SUMINISTRO.		
1.3.1	CONCEPTO DE CADENA DE SUMINISTRO.	1HR
EL ALUMNO COMPRENDERÁ LO QUE ES UNA CADENA DE SUMINISTRO, Y CUAL ES LA RAZÓN POR LA CUAL ALGUNAS EMPRESAS		



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

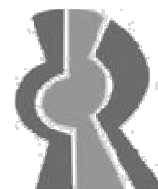


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

		NO SE ADAPTAN AL 100% AL COMERCIO ELECTRÓNICO.	
MODULO 2. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN PARA NEGOCIOS EN INTERNET			4 HRS
El alumno conocerá las tecnologías emergentes para llevar a cabo el comercio electrónico. Identificar la función e interrelación de dichas herramientas para implantar una estrategia tecnológica de comercio electrónico.			
2.1	INTRODUCCIÓN SOBRE LA RELEVANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.		1 HRS
	EL ALUMNO ENTENDERÁ LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.		
	2.1.1	INVESTIGACIÓN SOBRE HW Y SW PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.	1 HR
		EL ALUMNO INVESTIGARÁ SOBRE LAS PRINCIPALES HERRAMIENTAS DE HARDWARE Y SOFTWARE PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO.	
2.2	CARACTERÍSTICAS DE UN SITIO WEB.		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERÁ LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER UN SITIO WEB.		
	2.2.1	EL ALUMNO VISITARÁ SITIOS ESPECÍFICOS PROPORCIONADOS POR EL MAESTRO CON EL FIN DE ANALIZAR SUS FORTALEZAS Y DEBILIDADES.	2HRS
		EL ALUMNO IDENTIFICARÁ LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER UN SITIO WEB .	
2.3	AGENTES INTELIGENTES PARA LA BÚSQUEDA DE DATOS		1 HRS
	EL ALUMNO CONOCERÁ CUALES SON LOS TIPOS DE AGENTES INTELIGENTES PARA LA BÚSQUEDA DE DATOS Y LA IMPORTANCIA QUE TIENEN PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO.		
	2.3.1	EL ALUMNO CONOCERÁ LOS TIPOS DE AGENTES INTELIGENTES PARA LA BÚSQUEDA DE DATOS A TRAVÉS DE LA EXPOSICIÓN DEL PROFESOR.	1HR
MODULO 3. ECONOMÍA, MERCADOTECNIA Y MODELOS DE NEGOCIOS EN INTERNET.			7 HRS
EL ALUMNO CONOCERÁ LA FORMA DE HACER MARKETING DIGITAL PARA PROMOCIONAR SU SITIO DE COMERCIO.			
3.1	MODELACIÓN DE PROBLEMAS ECONÓMICOS.		1 HRS
	EL ALUMNO CONOCERÁ A TRAVÉS DE UNA LECTURA LA MODELACIÓN DE PROBLEMAS ECONÓMICOS.		
3.2	PROBLEMAS ECONÓMICOS: FIJACIÓN DE PRECIOS, SELECCIÓN DE PROYECTOS, MANEJO DE MATERIALES, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.		1 HRS
	EL ALUMNO APRENDERÁ A REALIZAR UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.		
	3.2.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	1 HR
		EL ALUMNO APRENDERÁ LAS ETAPAS POR LAS QUE SE PUEDE REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO.	
3.3	MERCADOTECNIA EN INTERNET.		4
	EL ALUMNO DESARROLLARÁ LA MERCADOTECNIA DE SU SITIO TANTO		



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

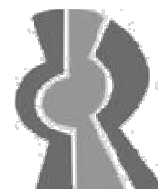


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

		EN LINEA COMO FUERA DE ESTA.		
	3.3.1	MARKETING DIGITAL		4 HRS
		EL ALUMNO DESARROLLARA LA PUBLICIDAD DE SU SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO		
3.4		PRODUCTOS AL CLIENTE 7*24(7 DÍAS A LA SEMANA Y 24 HORAS AL DÍA).		1HRS
		EL ALUMNO APRENDERA LAS ESTRATEGIAS QUE SIGUEN LAS EMPRESAS PARA DESARROLLAR UN SITIO DE COMERCIO QUE OFREZCA EL SERVICIO 7 DIAS A LA ASEMANA Y 24 HORAS AL DIA.		
MODULO 4. SERVIDORES PARA COMERCIO ELECTRONICO				8 HRS
EL ALUMNO CONOCERA, ANALIZARA Y EVALUARA DESARROLLOS DE SERVIDORES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.				
4.1		IMPLEMENTACIÓN DE TIENDAS.		1 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LAS ELEMENTOS QUE INTEGRAN LAS TIENDAS VIRTUALES.		
	4.1.1	TIENDAS VIRTUALES		
		EL ALUMNO CONOCERA LAS ESTRATEGIAS PARA IMPLEMETNAR UNA TIENDA VIRTUAL		
4.2		CARACTERÍSTICAS DE TIENDAS.		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LAS CARACTERISTICAS QUE DEBEN TENER LAS TIENDAS VIRTUALES.		
	4.2.1	CARACTERÍSTICAS DE LAS TIENDAS VIRTUALES		
		EL ALUMNO CONOCERA LAS CARACTERISTICAS QUE DEBEN CUBRIR LAS TIENDAS VIRTUALES.		
4.3		HERRAMIENTAS DE SERVIDOR PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.		1 HRS
		EL ALUMNO APRENDERA A UTILIZAR ALGUNAS HERRAMIENTAS DE SERVIDOR PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.		
	4.3.1	HERRAMIENTAS DE SERVIDOR PARA COMERCIO ELECTRÓNICO		
		EL ALUMNO APRENDERÁ A UTILIZAR HERRAMIENTAS DE SERVIDOR PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.		
4.4		INTEGRACIÓN DE LA TIENDA.		2 HRS
		EL ALUMNO INTEGRARA TODOS LOS COMPONENTES QUE CONFORMAN UNA TIENDA VIRTUAL.		
	4.4.1	EL ALUMNO EN BASE A COMPONENTES QUE HA IDO CONTRUYENDO INTEGRARA SU TIENDA VIRTUAL.		
4.5		PERSONALIZACIÓN DE TIENDAS.		1 HRS
		EL ALUMNO COCERA TODOS LOS COMPONENTES QUE PUEDEN AYUDARLO A PERSONALIZAR UNA TIENDA VIRTUAL.		
4.6		EVALUACIÓN DE PRODUCTOS DE MERCADO.		1 HRS
		EL ALUMNO APRENDERA A EVALUAR PRODUCTOS DE MERCADO.		
MODULO 5. SISTEMAS DE PAGO ELECTRÓNICO				16 HRS
EL ALUMNO COMPRENDERA EL MANEJO DE PAGOS A TRAVÉS DE REDES; GATEWAYS DE PAGOS, PAGOS A LA BANCA A TRAVÉS DE LA RED, TRANSACCIONES DE TARJETA DE CRÉDITO Y BANCA ELECTRÓNICA.				



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

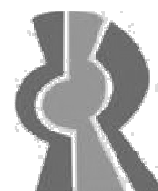


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

5.1	SISTEMAS DE PAGOS		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA LOS DISTINTOS TIPOS DE PAGO ELECTRONICO QUE EXISTEN ACTUALMENTE.		
	5.1.1	TIPOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS	
		EL ALUMNO EXPONDRÁ SOBRE LOS DIVERSOS TIPOS DE PAGOS ELECTRONICOS QUE SE PUEDEN EFECTUAR.	
		EL ALUMNO INVESTIGARÁ SOBRE LAS DIVERSAS FORMAS DE PAGO ELECTRÓNICO QUE ESTAN SURGIENDO.	
5.2	IMPLEMENTACIÓN DE PAGO ELECTRONICO		4 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA CUALES SON LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA IMPLEMENTAR PAGOS ELECTRÓNICOS, ASI COMO HARDWARE Y SOFTWARE NECESARIOS PARA IMPLEMENTARLOS.		
	5.2.1	REQUISITOS NECESARIOS PARA IMPLEMENTAR PAGOS ELECTRÓNICOS.	
		EL ALUMNO CONOCERA LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA IMPLEMENTAR LOS PAGOS ELECTRÓNICOS.	
5.3	TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA SEGURA(SECURE ELECTRONIC TRANSACTION, SET)		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE TRANSACCIÓN ELECTRÓNICA SEGURA Y LO QUE INVOLUCRA.		
5.4	INTERCAMBIO DE DATOS ELECTRÓNICOS(ELECTRONIC DATA INTERCHANGE, EDI)		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS Y SU IMPORTANCIA.		
	5.4.1	QUE ES EL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS	30MIN
		EL ALUMNO CONOCERÁ EL CONCEPTO DE INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS.	
	5.4.2	HISTORIA	30MIN
		EL ALUMNO CONOCERÁ DE DONDE SURGE EL CONCEPTO Y LO QUE GARANTIZA.	
	5.4.3	VENTAJAS Y DESVENTAJAS	30MIN
		EL ALUMNO DEDUCIRA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS.	
	5.4.4	TECNOLOGIA NECESARIA	30MIN
		EL ALUMNO CONOCERÁ LA TECNOLOGÍA NECESARIA PARA IMPLEMENTAR EL INTERCAMBIO ELECTRÓNICO DE DATOS Y SU USO DENTRO DE LAS EMPRESAS.	
5.5	CAPA DE SEGURIDAD(SECURE SOCKET LAYER, SSL)		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE SSL Y SU IMPORTANCIA.		
	5.5.1	CONCEPTO DE SSL , HISTORIA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS.	
		EL ALUMNO CONOCERÁ EL CONCEPTO DE SSL, HISTORIA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE SSL.	
5.6	RIESGOS E IMPLICACIONES		2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA LOS RIESGOS E IMPLICACIONES QUE PUEDEN EXISTIR AL IMPLEMENTAR UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.		
	5.6.1	CONCEPTO DE RIESGOS , EVALUACIÓN DE LOS RIESGOS.	
		EL ALUMNO CONOCERÁ LOS RIESGOS A LOS QUE SE PUEDEN ENFRENTAR AL IMPLEMENTAR UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

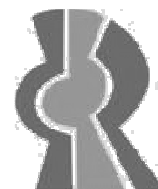


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

MODULO 6. SEGURIDAD EN COMPUTO		14 HRS
EL ALUMNO COMPRENDERÁ LAS DIFERENTES ESTRATEGIAS PARA LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.		
6.1	PROCEDIMIENTOS Y POLÍTICAS DE SEGURIDAD	2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE POLITICAS DE SEGURIDAD INTERNA Y EXTERNA.	
6.1.1	DEFINICIÓN DE POLITICA	1HR
	DEFINIRÁ EL CONCEPTO DE POLITICA	
6.1.2	DEFINICIÓN DE POLITICA INTERNA Y EXTERNA	1HR
	EL ALUMNO DEFINIRÁ EL CONCEPTO DE POLITICA INTERNA Y EXTERNA	
6.2	PROTECCIÓN DE SITIOS	4 HRS
EL ALUMNO CONOCERA COMO PROTEGER UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.		
6.2.1	SOFTWARE DE PROTECCIÓN DE SITIOS	2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERA QUE SOFTWARE LE AYUDA A PROTEGER SU SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	
6.2.2	HARDWARE DE PROTECCIÓN DE SITIOS	2 HRS
	EL ALUMNO CONOCERÁ EL HARDWARE QUE LE PODRÍA AYUDAR A PROTEGER SU SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	
6.3	CRIOGRAFÍA	2 HRS
EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE CRIOGRAFÍA.		
6.3.1	CONCEPTO DE CRIOGRAFÍA.	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE CRIOGRAFÍA.	
6.3.2	HISTORIA DE LA CRIOGRAFÍA.	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LA HISTORIA DE LA CRIOGRAFÍA.	
6.3.3	CRIOANALISTAS Y CRITOSISTEMA	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LOS CONCEPTOS CRIOANALISTAS Y CRITOSISTEMAS.	
6.3.4	CRIOGRAFÍA SIMETRICA	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE CRIOGRAFÍA SIMETRICA.	
6.3.5	ALGORITMOS DE ENCRIPCIÓN SIMETRICA	10MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LOS ALGORITMOS DE ENCRIPCIÓN SIMETRICA Y SU FUNCIONAMIENTO	
6.3.6	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA CRIOGRAFIA SIMETRICA	10MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA ENCRIPCIÓN SIMETRICA .	
6.3.7	CRIOGRAFIA ASIMETRICA	10MIN
	EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE CRIOGRAFIA ASIMETRICA Y SU FUNCIONAMIENTO	
6.3.8	ALGORITMOS DE ENCRIPCIÓN ASIMETRICA	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LOS ALGORITMOS DE ENCRIPCIÓN ASIMETRICA Y SU FUNCIONAMIENTO	
6.3.9	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA CRIOGRAFIA ASIMETRICA	15MIN
	EL ALUMNO CONOCERA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

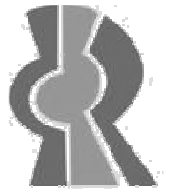


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

		ENCRIPCIÓN ASIMÉTRICA.	
6.4	FIRMAS DIGITALES		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE FIRMA DIGITAL Y SU PRINCIPAL USO.	
6.4.1	CONCEPTO DE FIRMA DIGITAL		1HR
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE FIRMA DIGITAL.	
6.4.2	VENTAJAS Y DESVENTAJAS		1HR
		EL ALUMNO DEDUCIRA LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA FIRMA DIGITAL.	
6.5	CONTROL DE ACCESO Y AUTENTIFICACION		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE AUTENTIFICACION.	
6.5.1	CONCEPTO DE AUTENTIFICACION		
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE AUTENTIFICACION.	
6.6	AUDITORIA Y CERTIFICACION		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL PROCESO DE AUDITORIA Y EL CONCEPTO DE CERTIFICACIÓN , ASI COMO LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEDICADAS A LA EXPEDICIÓN DE CERTIFICADOS DIGITALES.	
6.6.1	CONCEPTO DE AUDITORIA		20MIN
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE AUDITORIA.	
6.6.2	CONCEPTO DE CERTIFICADO		20MIN
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE CERTIFICADO DIGITAL	
6.6.3	PRINCIPALES EMPRESAS QUE EXPIDEN CERTIFICADOS DIGITALES.		20MIN
		EL ALUMNO CONOCERA LAS PRINCIPALES EMPRESAS CERTIFICADORAS.	
MODULO 7. LEYES Y REGULACIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO			6 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LAS PRINCIPALES LEYES Y REGULACIONES PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO TANTO EN MÉXICO COMO EN OTROS PAISES.	
7.1	CONCEPTOS LEGALES DE INTERNET Y COMERCIO ELECTRONICO		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO LEGAL DE COMERCIO ELECTRÓNICO	
7.2	CODIGOS UNIFORMES Y ACUERDOS INTERNACIONALES		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LOS CODIGOS UNIFORMES Y ACUERDOS INTERNACIONALES SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO.	
7.3	DERECHOS Y OBLIGACIONES TANTO DEL PROVEEDOR COMO DEL CONSUMIDOR		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES TANTO DEL PROVEEDOR COMO DEL CONSUMIDOR.	
MODULO 8. DESARROLLAR Y CREAR UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO			16 HRS
		EL ALUMNO DESARROLLARA UN SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.	
8.1	DEFINICIÓN DE VISIÓN DE PROYECTOS		3 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL CONCEPTO DE VISIÓN DE PROYECTOS.	
8.2	DESARROLLO DE ESTRATEGIA		3 HRS
		EL ALUMNO IMPLEMENTARA UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLAR SU SITIO DE COMERCIO.	
8.2.1	ELEMENTOS QUE DEFINEN UNA ESTRATEGIA		
		EL ALUMNO CONOCERA LOS ELEMENTOS QUE DEFINEN UNA ESTRATEGIA PARA DESARROLLAR UN SITIO DE COMERCIO	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

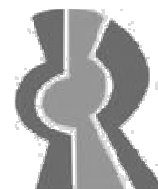


CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

		ELECTRÓNICO.	
8.3	ENTENDIENDO EL PROCESO DEL NEGOCIO		4 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA EL PROCESO DE NEGOCIO.	
	8.3.1	ELEMENTOS QUE SON IMPORTANTES EN EL PROCESO DEL NEGOCIO.	
		EL ALUMNO CONOCERA EL PROCESO DEL NEGOCIO.	
8.4	REVISIÓN DE ARQUITECTURA		2 HRS
		EL ALUMNO CONOCERA LA ARQUITECTURA QUE SE REQUIERE PARA PONER EN MARCHA UN NEGOCIO.	
	8.4.1	ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA ARQUITECTURA DE UN NEGOCIO	
		EL ALUMNO CONOCERA LAS ELEMENTOS QUE CONFORMAN UNA ARQUITECTURA DE NEGOCIO.	
8.5	DESARROLLO DE LA SOLUCION		4 HRS
		EL ALUMNO DESARROLLARA EL SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO CONSIDERANDO LO VISTO ANTERIORMENTE.	
	8.5.1	PRESENTACIÓN DE LA SOLUCIÓN	
		EL ALUMNO PRESENTARÁ EL SITIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO QUE HA DESARROLLADO EN EL TRANCURSO DEL SEMESTRE.	



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Se evaluará durante el período escolar mediante dos exámenes, practicas, ejercicios en clase, proyecto final y exposición.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La calificación estará integrada por:

20% de los dos exámenes departamentales. (20 puntos cada uno)

30 % Proyecto.

30% Practicas (3 practicas).

20% Exposición.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA

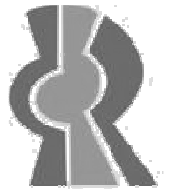
TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO DE EDICIÓN	% DE COBERTURA DEL CURSO
E-COMMERCE - NEGOCIOS, TECNOLOGÍA, SOCIEDAD	KENNETH C. LAUDON CAROL GUERCIO TRAVER	PEARSON - PRENTICE HALL	2009	60
THE E-BUSINESS (R)EVOLUTION	DANIEL AMOR	PEARSON - PRENTICE HALL	2006	10
COMERCIO ELECTRÓNICO	ROB SMITH, MARK SPEAKER Y MARK THOMPSON	PEARSON - PRENTICE HALL	2006	10

COMPLEMENTARIA

TÍTULO	AUTOR	EDITORIAL	AÑO DE EDICIÓN	% DE COBERTURA DEL CURSO
E-COMMERCE	CRAIG FELLEINSTEIN-RON WOOD	Prentice Hall	2005	2
E-MONEY	RODOLFO P.RAGONI	Prentice Hall	2006	2
SOLUCIONES MICROSOFT DE COMERCIO ELECTRÓNICO	BRENDA KIENAN	MC. GRAW HILL	2004	2
ECOMMERCE FORMULACION DE UNA ESTRATEGIA	ROBERT PLANT	EDITORIAL PRENTICE HALL	2004	2



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CENTRO UNIVERSITARIO DE CIENCIAS EXACTAS E INGENIERÍAS
DIVISIÓN DE ELECTRÓNICA Y COMPUTACIÓN

REVISIÓN REALIZADA POR:

NOMBRE DEL PROFESOR

Ledesma Rubén

Fonseca Chiu Lotzy Beatriz.

FIRMA

Vo.Bo. Presidente de Academia

MSI. Luis Antonio Medellín Serna.

Vo.Bo. Jefe del Departamento

Dr. Marco Antonio Pérez Cisneros

jueves, 23 de julio de 2009