

UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN

DIPLOMADO EN LÍNEA

COMERCIO ELECTRÓNICO



Objetivo general: Que el alumno sea capaz de diseñar, implementar y difundir un modelo de negocios para el comercio electrónico, desde un punto de vista integral, vinculando su dimensión intelectual y artística con las tecnologías de información, procesos de negocio, estrategias y conocimientos de mercadotecnia para generar ventajas competitivas frente a nuevas oportunidades empresariales

Dirigido a: Egresados de la FCA, instituciones incorporadas y alumnos de diversas licenciaturas de la UNAM que deseen actualizarse o profundizar sus conocimientos en el área de Comercio Electrónico, solicitando el diplomado como opción de titulación. Asimismo, con interés en aprender de manera autogestiva a través de una plataforma.

MÓDULO I

FUNDAMENTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

Objetivo específico:

Que el alumno comprenda las implicaciones que han tenido las tecnologías de la información y la comunicación en las empresas y en la comercialización de sus productos. Asimismo, que el alumno identifique cuáles de estas tecnologías se utilizan en el comercio electrónico.

1. Comercio electrónico.
 - 1.1 Concepto de negocio electrónico y comercio electrónico.
 - 1.2 Clasificación de comercio electrónico.
 - 1.3 Elementos clave de un plan de negocios.
 - 1.4 Modelos de negocios de comercio electrónico.
 - 1.5 Elementos del comercio electrónico.
 - 1.6 Aspectos sociales y culturales relacionados al comercio electrónico.
2. Ambiente de negocios en el comercio electrónico.
 - 2.1 Internet como plataforma de negocios.
 - 2.2 Evolución del comercio electrónico.
 - 2.3 Servicio al cliente.
3. México en la red de información Internet.
 - 3.1 Historia de Internet en México.
 - 3.2 Perfil del Internauta Mexicano.
 - 3.3 El comercio electrónico en México.
4. Tecnologías relacionadas con el comercio electrónico
 - 4.1 Redes de telecomunicaciones
 - 4.2 Modelo TCP/IP

- 4.3 EDI (Electronic Data Interchange)
- 4.4 Firmas y certificados digitales
- 4.5 Banca electrónica
- 4.6 Intermediarios financieros

5. Seguridad en Internet
 - 5.1 Normas ISO 27032
 - 5.2 Criptografía
 - 5.3 Protocolos de seguridad (SET, SSL, HTTP-S, TLS)
 - 5.4 Tecnología Blockchain
6. Habilitadores para el comercio electrónico
 - 6.1 Selección del proveedor de servicio de Internet (ISP)
 - 6.2 Selección y compra de nombres de dominio
 - 6.3 Herramientas y lenguajes para el desarrollo de contenidos en un sitio de comercio electrónico

Duración: 40 horas

MÓDULO II

ASPECTOS LEGALES Y FISCALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Objetivo específico:

Que el alumno analice los instrumentos legales relacionados con el comercio electrónico que le permitan seleccionar los mecanismos jurídicos para dar solución a controversias en el ámbito del comercio electrónico.

1. Derechos de propiedad intelectual en el comercio electrónico, sus problemas de jurisdicción y métodos alternativos de solución de controversias
 - 1.1 Ley Federal de Derecho de Autor
 - 1.2 Instituto Nacional del Derecho de Autor

1.3 Instituto Mexicano de Propiedad Industrial.

2. Aspectos legales del comercio electrónico

2.1 Código de Comercio

2.2 Código Penal Federal

2.3 Ley Federal de Competencia Económica

2.4 Ley Federal de Protección al Consumidor

2.5 Ley modelo sobre Firma Electrónica

2.6 Ley Federal de Protección de Datos Personales

3. Aspectos fiscales del comercio electrónico

4. Delitos y responsabilidades de los proveedores de servicios de Internet

Duración: 50 horas

MÓDULO III

ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA EN INTERNET.

Objetivo específico:

Que el alumno identifique los componentes de un sistema de información de mercadotecnia, así como las técnicas cuantitativas y cualitativas utilizadas en la investigación de mercados.

1. Procesos estratégicos de empresa.

1.1 Análisis y definición de procesos de negocio.

1.2 Análisis de las necesidades tecnológicas del negocio.

1.3 Análisis de Fortalezas, Debilidades, Amenazas y Oportunidades (FODA)

1.4 Selección, adecuación y asimilación de la tecnología para el comercio electrónico

1.5 Características de un sitio web para el comercio electrónico

1.6 Valor agregado en el comercio electrónico

1.7 Distribución y cadena de suministros en el comercio electrónico

1.8 Servicio al cliente en el comercio electrónico

1.9 Opciones de pago en el comercio electrónico

2. Mercadotecnia electrónica

2.1 Concepto de mercadotecnia y mercadotecnia electrónica

2.2 Mezcla de mercadotecnia para el comercio electrónico

2.3 Estrategias de posicionamiento en Internet

2.4 Herramientas de análisis de mercado en Internet

2.5 Motores de recomendaciones en el comercio electrónico

2.6 Control y seguimiento de operaciones en un sitio web

3. Comunidades digitales

3.1 Concepto y tipos de comunidades digitales

3.2 Herramientas para la creación de comunidades digitales

3.3 Comunicación y gestión de comunidades digitales

3.4 El Community Manager

3.5 Tipos de redes sociales

3.6 Tipos de usuarios en redes sociales

3.7 Comercio electrónico en redes sociales

Duración: 50 horas

MÓDULO IV

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA COMERCIO ELECTRÓNICO.

Objetivo específico:

Que el alumno elabore un plan de negocios para comercializar un bien o un servicio en la Web.

1. Resumen ejecutivo.

2. Descripción del negocio

2.1. Misión y Visión.

2.2. Objetivos generales y específicos

2.3. Descripción del negocio

2.3.1. Nombre.

2.3.2. Giro.

2.3.3. Ubicación física.

2.3.4. Descripción de productos y/o servicios

2.3.5. Organigrama

3. Web

3.1. Orientación del sitio web

3.2. Definición del Cliente meta

3.3. Análisis de mercado

3.4. Competencia actual

3.5. Adquisición del nombre de dominio

3.6. Selección del proveedor de Servicio de Internet y Web Hosting

3.7. Elementos de seguridad

3.8. Elementos de comunicación con el cliente

4. Programa de producción

4.1. Descripción técnica de productos y/o servicios

4.2. Procesos de producción o adquisición de los productos y/o servicios

4.3. Escenarios de producción óptimos

- 5. Mercadeo
 - 5.1. Promoción
 - 5.1.1. Promoción en medios tradicionales (Impresos, radio, TV)
 - 5.1.2. Promoción en medios digitales (Buscadores, sitios web, redes sociales)
 - 5.2. Publicidad
 - 5.2.1. Publicidad en medios tradicionales (Impresos, radio, TV)
 - 5.2.2. Publicidad en medios digitales (Buscadores, sitios web, redes sociales)
 - 5.3. Empaque y embalaje
 - 5.4. Logística de distribución
- 6. Finanzas
 - 6.1. Proyecciones financieras
 - 6.1.1. Capital de trabajo
 - 6.1.1.1 Inversión en efectivo
 - 6.1.1.2 Inversión en inventarios
 - 6.1.1.3 Inversión en cuentas por pagar
 - 6.1.2. Inversión inicial
 - 6.1.3. Ingresos de operación
 - 6.1.4. Egresos de operación
 - 6.1.5. Descripción de estados financieros
 - 6.1.6. Financiamiento
 - 6.1.7. Periodo de recuperación
 - 6.1.8. Valor Presente Neto
 - 6.1.9. Índice de redituabilidad
 - 6.1.10. Tasa interna de rendimiento
- 7. Situación legal del comercio electrónico.
 - 7.1. Marco legal del país origen.
 - 7.2. Marco legal del país destino.
 - 7.3. Aspectos sobre responsabilidad del comercio electrónico.
 - 7.3.1. Empresa
 - 7.3.2. Consumidor

7.4. Ventas internacionales por Internet
Duración: 50 horas

MÓDULO V

DESARROLLO DE APLICACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

Objetivo específico:

Que el alumno desarrolle una aplicación de comercio electrónico que contemple los lenguajes y herramientas de programación vistos en el módulo.

1. Consideraciones de seguridad para el comercio electrónico mexicano.
 - 1.1. Implementación de protocolos de seguridad.
 - 1.2. Mecanismos de seguridad (Firewall, VPN, IPSec)
 - 1.3. Implementación de certificados y firmas digitales
2. Programación de páginas *Web*
 - 2.1. HTML Básico
 - 2.2. HTML Intermedio
 - 2.3. XHTML
 - 2.4. PHP Básico
3. Caso práctico: Desarrollo de una tienda virtual en Internet
 - 3.1. Creación de una tienda virtual
 - 3.2. Requerimiento de aplicaciones (Sistema Operativo, plataforma comercial, Servidor Web, Servidor de base de datos)
 - 3.3. Construcción de una tienda virtual (Uso de OSCommerce o algún sitio de gestión de contenido como WIX)

Duración: 50 horas

Duración total: 240 horas

DIRECTORIO

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Director

Dr. Armando Tomé González
Secretario General

Mtra. Norma Angélica González Buendía
Jefa de Exámenes Profesionales

INFORMES

Correo electrónico:
diplo_linea@fca.unam.mx

Lunes a viernes de
9:00-14:00 y 16:00-19:00

Teléfono: 5622-8398 ext. 103