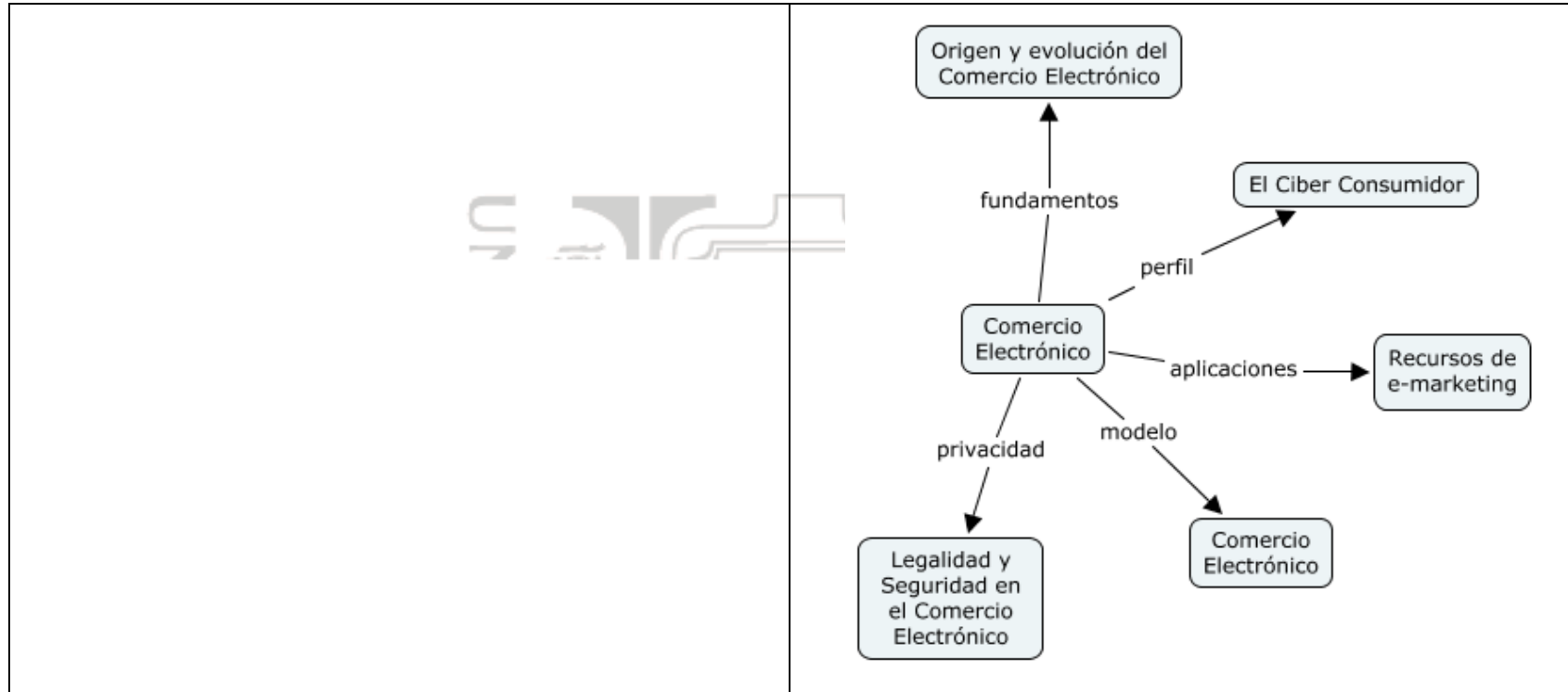


# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Unidad de Competencia									
Comercio Electrónico									
Semestre	Fecha de elaboración			Área de formación:					
Sexto	DD	MM	AÑO	Específica					
	19	Octubre	2012	HD	HP	HAI	HCD	HSM	CR
				2	2	1	4	80	5
PERFIL DEL DOCENTE									
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Licenciatura en Sistemas Computacionales, o afín, Maestro en comercio electrónico, maestro o doctor en sistemas computacionales o área afín.</li> <li>2. Experiencia mínima de tres años el área de desarrollo de sistemas de información o dos años si es del área específica en comercio electrónico.</li> <li>3. Deseable dominio del idioma inglés en el nivel B2 del MCER.</li> <li>4. Dominio de plataformas, diseño web y sistemas de comunicación con aplicación de TICS.</li> </ol>									
Propósito general:				Presentación:					
<p>Al finalizar la unidad de competencia el estudiante implementará estrategias de comercio electrónico que permitan la creación, posicionamiento y comercialización en los diversos servicios turísticos que presenta el mercado local, regional, nacional e internacional.</p>				<p>Esta unidad de competencia te aporta como Licenciado en Gestión Turística, la capacidad de utilizar las diversas TICs específicas para llevar a cabo los procesos de comercialización de servicios turísticos en las diversas organizaciones a través de las alternativas que ofrece la Internet, tales como e-mail, marketing, publicidad electrónica, radio y televisión por internet y la creación de sitios de comercio electrónico. Esta unidad de competencia tiene dos características importantes: la primera consiste en evaluar e incorporar tecnología de hardware y software para posicionar los diversos servicios turísticos en Internet. La segunda tiene como finalidad comprender y aplicar conocimientos de tecnologías de información hacia los procesos mercadológicos derivados de la actividad empresarial. Esta unidad de competencia constituye una herramienta importante para el Licenciado en Gestión Turística en términos de comercialización de los diversos servicios de la actividad turística.</p>					



Competencias	
Genéricas	Profesionales
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.</li> <li>• Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.</li> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.</li> <li>• Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión.</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita.</li> <li>• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas.</li> <li>• Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.</li> <li>• Capacidad para tomar de decisiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos generales de la gestión turística, enriquecidos con otras áreas del saber como son la administración, la contabilidad, el derecho y la economía, incluyendo las tecnologías de información y comunicación, la mercadotecnia, las matemáticas y la estadística.</li> <li>• Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará contar con valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los recursos de las comunidades que</li> </ul>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

presentan vocación turística y de la empresa turística.

### Estructura básica de la Unidad de Competencia

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Describe el comercio electrónico.	<p><b>Conocimientos:</b> mercado electrónico y oportunidades de negocio, modalidades y Ciber empresas, así como del devenir histórico del comercio electrónico.</p> <p><b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita</p> <p><b>Valores y actitudes profesionales:</b> Interés, responsabilidad y disciplina.</p>	<p>Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para describir el comercio electrónico a través del mercado electrónico y oportunidades de negocio, modalidades y ciber empresas, así como del devenir histórico del comercio electrónico; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.</p>	<p>1. Comercio Electrónico</p> <p>a. Mercado electrónico y oportunidades de negocio.</p> <p style="padding-left: 20px;">i. Definición del comercio electrónico.</p> <p style="padding-left: 20px;">ii. Desarrollo del comercio electrónico.</p> <p style="padding-left: 20px;">iii. El comercio electrónico en México.</p> <p style="padding-left: 20px;">iv. Ventajas del comercio electrónico.</p> <p>b. Conceptos de las modalidades del comercio electrónico.</p> <p style="padding-left: 20px;">i. B2C De negocio a consumidor.</p> <p style="padding-left: 20px;">ii. B2B De negocio a negocio.</p> <p style="padding-left: 20px;">iii. C2C De consumidor a consumidor.</p> <p style="padding-left: 20px;">iv. P2P De igual a igual.</p> <p style="padding-left: 20px;">v. Comercio móvil (m-commerce).</p> <p>c. Ciber empresas: Ventas al detalle y ventas en línea.</p> <p style="padding-left: 20px;">i. El sector de ventas al detalle:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comerciantes virtuales</li> <li>• Multicanal (tienda física y en línea)</li> <li>• Por catálogo</li> <li>• Directo del fabricante.</li> </ul> <p style="padding-left: 20px;">ii. El sector de los servicios</p>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

			en línea: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intermediación de transacciones</li> <li>• Servicios financieros</li> <li>• Servicios de bienes raíces</li> <li>• Servicios turísticos y</li> <li>• Servicios educativos.</li> </ul>
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Carta semántica de la relación de los conceptos involucrados. Investigación de la oferta electrónica de servicios turísticos.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Apuntes Antología Diapositivas Casos. Guión de investigación.		Exposición del profesor. Discusión grupal Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

353

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
Reconoce al ciber consumidor.	<p><b>Conocimientos:</b> mercado en línea, los segmentos del mercado en línea, así como también el perfil del consumidor en línea.</p> <p><b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.</p> <p><b>Valores y actitudes profesionales:</b> Interés, responsabilidad y disciplina.</p>	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para reconocer al ciber consumidor a través del mercado en línea los segmentos del mercado en línea, así como también el perfil del consumidor en línea; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	2. El ciber consumidor <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Investigación de mercados en línea.</li> <li>b. El perfil del consumidor en línea.</li> <li>c. El comportamiento del consumidor en línea y la decisión de compra.</li> <li>d. Segmentos del mercado en línea.</li> <li>e. Identificación y control del consumidor.                         <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Identificación con recursos web.</li> <li>ii. Identificación voluntaria.</li> <li>iii. Registro del tráfico de visitantes (ficheros o "logs").</li> </ol> </li> </ol>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

			<ul style="list-style-type: none"> <li>f. La relación con el consumidor.</li> <li>i. Personalización y adecuación.</li> <li>ii. Servicio al cliente (FAQs: preguntas frecuentes, Chat de servicio en tiempo real y Sistema de respuesta automatizado)</li> </ul>
<b>Evidencias de desempeño</b>			
<p>Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor.                  Ensayo sobre el ciber consumidor.                  Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor.</p>			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Antología Casos Diapositivas Apuntes Guión de análisis		Exposición del profesor. Exposición del estudiante Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet.	

354

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
Describe los elementos que integran al e-marketing.	<p><b>Conocimientos:</b> aplicaciones y servicios web, correo electrónico, dominios y motores de búsqueda, comunicaciones y videoconferencias.</p> <p><b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.</p>	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para describir los elementos que integran al e-marketing a través de aplicaciones y servicios web, correo electrónico, dominios y motores de búsqueda, comunicaciones y videoconferencias; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y	3. E-Marketing <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Revisión de aplicaciones web para el comercio electrónico:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Correo electrónico, Mensajería instantánea, Foros de línea.</li> <li>ii. Dominios, Motores de búsqueda y Agentes inteligentes (bots), Medios de flujo continuo, Cookies y Pop up's.</li> </ul> </li> </ul>

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> Interés, responsabilidad y disciplina.	evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	iii. Servicios web: Podcasting, Blogs, RSS, Wiki, Web apps, Widgets y Gadgets. iv. Telefonía, Televisión y Videoconferencias. b. Comunicaciones de e-marketing. i. Publicidad en línea. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banners.</li> <li>• Anuncios de medios complejos y anuncios de video.</li> <li>• Publicidad en los motores de búsqueda y Patrocinios.</li> </ul> ii. Marketing de correo electrónico (email marketing). iii. Catálogos en línea. iv. Marketing social (blogs, redes sociales y juegos). c. Métrica del marketing en línea.
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor. Ensayo sobre el ciber consumidor. Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Antologías Casos Diapositivas Apuntes Guión de análisis		Exposición del profesor. Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet. Exposición del estudiante.	

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Propósito específico	Contenidos temáticos
----------------	--------------------------------	----------------------	----------------------

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Examina los diferentes modelos del comercio electrónico	<b>Conocimientos:</b> entorno competitivo, estrategia de mercadotecnia y presupuestos de sitios web.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para examinar los diferentes modelos del comercio electrónico a través del entorno competitivo, estrategia de mercadotecnia y presupuestos de sitios web; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	4. Modelos de comercio electrónico. <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Componentes del modelo de negocios.                         <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Propuesta de valor para el cliente.</li> <li>ii. Modelo de generación de ingresos.</li> <li>iii. Oportunidad en el mercado.</li> <li>iv. Entorno competitivo y ventaja competitiva.</li> <li>v. Estrategia de mercado (producto, canal de distribución, comunicación de mercadotecnia y precios).</li> <li>vi. Estructura organizacional y equipo administrativo.</li> </ul> </li> <li>b. Modelos específicos de negocios para B2C, B2B, C2C, P2P y Comercio móvil.</li> <li>c. Construcción de un sitio web de comercio electrónico.                         <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Decisiones de hardware.</li> <li>ii. Decisiones de software.</li> <li>iii. Bases de datos.</li> <li>iv. Prueba, implementación y mantenimiento del sistema.</li> <li>v. Presupuesto del sitio Web.</li> </ul> </li> <li>d. Elementos importantes en el diseño de sitios Web exitosos</li> </ul>
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> Interés, responsabilidad y disciplina.		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Cuadro comparativo de los modelos de comercio electrónico. Investigación sobre la aplicación de alguno de estos modelos en los servicios turísticos de la localidad.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Antología Casos Diapositivas Apuntes	Exposición del profesor. Discusión grupal. Investigación bibliográfica, de campo y por Internet. Exposición del estudiante.
---	--

Subcompetencia	Elementos de la subcompetencia	Subcompetencia integrada	Contenidos temáticos
Interpreta la legislación y seguridad en el comercio electrónico.	<b>Conocimientos:</b> los diferentes elementos de la seguridad en internet, sistemas de pago y factura electrónica, privacidad y seguridad, soluciones tecnológicas, así como legislación informática en México.	Al finalizar la unidad de subcompetencia, el estudiante es competente para interpretar la legislación y seguridad en el comercio electrónico a través de los diferentes elementos de la seguridad en internet, sistemas de pago y factura electrónica, privacidad y seguridad, soluciones tecnológicas, así como legislación informática en México; requiriendo de comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita; demostrando Interés, responsabilidad y disciplina.	5. Legislación y seguridad en el comercio electrónico <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Comercio electrónico y seguridad.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Confianza del consumidor.</li> <li>ii. La seguridad en Internet.</li> <li>iii. Tendencias de ciber delitos.</li> </ul> </li> <li>b. Sistemas de pago y factura electrónica.</li> <li>c. Riesgos del comercio electrónico.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Entorno empresarial tecnológico y cambiante.</li> <li>ii. Privacidad y seguridad.</li> <li>iii. Cuestiones legales políticas y sociales</li> </ul> </li> <li>d. Soluciones tecnológicas para la protección de las comunicaciones en Internet.</li> <li>e. Legislación informática en México.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Necesidades de legislación del comercio electrónico.</li> </ul> </li> </ul>
	<b>Habilidades:</b> comunicación, negociación, capacidad de análisis, síntesis y evaluación, alta capacidad de trabajo, uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones, buena comunicación oral y escrita.		
	<b>Valores y actitudes profesionales:</b> Interés, responsabilidad y disciplina.		
<b>Evidencias de desempeño</b>			
Ensayo sobre el estado de la legislación en la materia en México. Argumento sobre la importancia de la seguridad informática en el comercio electrónico aplicado al turismo.			
<b>Recursos didácticos</b>		<b>Estrategias de aprendizaje</b>	
Antología		Exposición del profesor.	



# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Diapositivas Apuntes	Investigación bibliográfica, de campo y por Internet. Exposición del estudiante.
-------------------------	---

Estrategias de evaluación			Competencia que evidencia	%
Criterios	Instrumentos	%		
Conocimientos	Evaluaciones parciales (3) Carta semántica de la relación de los conceptos involucrados. Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor. Esquema conceptual que describa las características del ciber consumidor Cuadro comparativo de los modelos de comercio electrónico.	<b>40</b>	Genéricas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. 20</li> <li>• Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión. 20</li> <li>• Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. 20</li> </ul> Profesionales: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos generales de la gestión turística, enriquecidos con otras áreas del saber, como son la administración, la contabilidad, el derecho y la economía, incluyendo las tecnologías de información y comunicación, la mercadotecnia, las matemáticas y la estadística. 40</li> </ul>	
Habilidades	Investigación de la oferta electrónica de servicios turísticos. Ensayo sobre el ciber consumidor. Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor. Ensayo sobre el ciber consumidor. Análisis del entorno inmediato para la identificación del ciber consumidor. Investigación sobre la aplicación de alguno de estos modelos en los servicios turísticos de la localidad.	<b>40</b>	Genéricas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. 10</li> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. 10</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita. 10</li> <li>• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. 10</li> <li>• Capacidad para tomar de decisiones. 10</li> </ul> Profesionales: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitudes orientadas a proporcionar servicios de calidad, de forma asertiva y proactiva, con respeto a la diversidad, la cultura propia y ajena, así como de la apreciación y conservación del patrimonio. Demostrará contar con valores que le permitirán propiciar el aprovechamiento racional de los 50</li> </ul>	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

	<p>Ensayo sobre el estado de la legislación en la materia en México.</p> <p>Argumento sobre la importancia de la seguridad informática en el comercio electrónico aplicado al turismo.</p>		<p>recursos de las comunidades que presentan vocación turística y de la empresa turística.</p>	
Valores y actitudes profesionales	<p>Investigaciones documentales, de campo y por internet.</p> <p>Discusiones grupales</p> <p>Exposiciones</p>	<b>20</b>	<p>Genéricas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. 15</li> <li>• Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. 10</li> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. 10</li> <li>• Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión. 15</li> <li>• Capacidad de comunicación oral y escrita. 10</li> <li>• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas. 15</li> <li>• Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. 15</li> <li>• Capacidad para tomar de decisiones. 10</li> </ul>	

359

\* Al momento de elaboración la planeación con dosificación de contenidos, es imprescindible que el profesor considere la mezcla de al menos cuatro estrategias para generar el resultado final. Ninguna puede tener un peso mayor al 40% del total.

### Referencias

Básicas:	Complementarias:
Bibliográficas	Bibliográficas
<p>Galindo Sifuentes, E. (2007). <i>Derecho Mercantil. : Comerciantes, comercio electrónico, contratos mercantiles y sociedades mercantiles</i>. México: Porrúa.</p> <p>Laudon, K. C. (2009). <i>e-commerce : negocios, tecnología, sociedad</i>. México: Pearson.</p> <p>Schneider, G. P. (2004). <i>Comercio electrónico</i>. México: Thomson.</p>	<p>MEDIAactive. (2009). <i>El gran libro de photoshop CS4</i>. México, D.F.: Alfaomega.</p> <p>Laudon, Kenneth C., y Guercio, Traver Carol (2012) <i>E-commerce business technology society</i>.</p> <p>Shirky, Clay (2012). <i>Excedente cognitivo: creatividad y generosidad en la era conectada</i>. España. Deusto.</p>
Hemerográficas	
<p>Conrady, R. y Buck, M. (actualización anual), <i>Trends and issues in global tourism</i>, Germany, Springer.</p> <p>Revista del Mercosur (actualización mensual)</p>	

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

## LICENCIATURA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Tourism-review (actualización mensual)
Ligas de Internet
<a href="http://www.sectur.gob.mx">www.sectur.gob.mx</a> International Journal of Tourism Management en: <a href="http://www.sciencedirect.com">www.sciencedirect.com</a> Annals of Tourism Research en: <a href="http://www.sciencedirect.com">www.sciencedirect.com</a> Tourism Management en: <a href="http://www.sciencedirect.com">www.sciencedirect.com</a> Organización Mundial del Turismo <a href="http://www.untwo.org">www.untwo.org</a>
Bases de datos
<a href="http://www.conricyt.mx">www.conricyt.mx</a> <a href="http://www.redalyc.org">www.redalyc.org</a> <a href="http://www.springer.com">www.springer.com</a> <a href="http://www.ebsco.com">www.ebsco.com</a>