

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

Datos Generales

Sigla: TM-7300

Nombre del curso: Comercio Electrónico

Tipo de curso: Teórico-práctico

Número de créditos: 4

Número de horas semanales virtuales: 16

Número de horas semanales de trabajo independiente del estudiante: 8

Requisitos: TM-6100 Taller de Multimedia, TM-6200 Desarrollo Empresarial.

Correquisitos:

Ubicación en el plan de estudio: VII ciclo

Horario del curso: K, V 17:00 – 21:00

Suficiencia:

Tutoría:

Datos del Profesor

Nombre: Héctor Salas Arias

Correo Electrónico: hector.salas@ucr.ac.cr / hectorsalasarias@gmail.com

Horario de Consulta: Lunes de 08:00 a 12:00

1. Descripción del curso

El curso permite a la persona estudiante comprender los conocimientos básicos relacionados con el comercio electrónico y a la vez conocer las implicaciones que conlleva el desarrollo de un sitio que sea apto y exitoso para el comercio electrónico tanto a nivel nacional como internacional.

Se introducirá la persona estudiante en el concepto del comercio electrónico y aprenderá cómo realizar un plan estratégico para crear un sitio de comercio electrónico. Además, se explicarán las consideraciones necesarias para crear un sitio web para comercio electrónico tomando en cuenta la seguridad en los medios de pago. Se analizarán las legislaciones y regulaciones que se deben aplicar a la hora de realizar comercio electrónico.

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

2. Objetivo General

Proporcionar al o la estudiante los conocimientos teóricos y prácticos relacionados con el comercio electrónico, con el fin de que puedan implementarlos en el desarrollo de un sitio web acorde a las necesidades económicas, así como legales y sociales.

3. Objetivos específicos

1. Comprender la importancia del comercio electrónico y sus implicaciones en el mercado nacional e internacional.
2. Reconocer los factores tecnológicos, sociales, económicos y empresariales que impulsan el comercio electrónico.
3. Crear un plan de negocios para el desarrollo de un sitio de comercio electrónico.
4. Comprender los aspectos legales y los regulatorios importantes que deben ser considerados a la hora de diseñar e implementar aplicaciones para el comercio electrónico.
5. Aplicar métodos y técnicas para el diseño de sitios efectivos para el comercio electrónico.

4. Contenidos

Tema1. Introducción al comercio electrónico

- Conceptos básicos del comercio electrónico.
- Descripción y tipos de comercio electrónico.
- Historia y evolución del comercio electrónico.
- Situación actual del comercio electrónico.
- Beneficios del comercio electrónico.
- Barreras y limitaciones del comercio electrónico

Tema2. Plan Estratégico de comercio electrónico

- Análisis estratégico del comercio electrónico
- Modelos de negocio de comercio electrónico
- Factores críticos de éxito en el comercio electrónico
- Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

Tema3. Consideraciones estratégicas y de mercadeo en el análisis, definición de requerimientos y construcción de sitios web para el comercio electrónico

- Comercio electrónico y ventaja competitiva
- Características de los productos digitales
- Mercadeo de productos y procesos digitales versus mercadeo de productos físicos convencionales
- Preparación de un plan de negocios para una compañía .com
 - Visión, misión y descripción de la compañía
 - Administración
 - Competencia
 - Mercado y clientes
 - Productos y servicios
 - Mercadeo y ventas
 - Operaciones
 - Finanzas
- Claves para la construcción de un sitio web de éxito en comercio electrónico
 - Catálogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catálogo
 - Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end
 - Flujos de caja y financiación
 - Zonas calientes
 - Zonas de usuario
 - Carrito de compras
- Seguridad en el comercio electrónico
 - Aspectos básicos de la seguridad
 - Tipos de amenazas y ataques
 - Administración de la seguridad en el comercio electrónico
 - Mecanismos para asegurar las comunicaciones en el comercio electrónico
 - ◆Autenticación
 - ◆Criptografía
 - ◆Infraestructura de clave pública
 - ◆Nivel de zócalo seguro
 - Mecanismos para asegurar las redes de comercio electrónico
 - ◆Corta fuegos (firewalls)

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

- ◆ Redes privadas virtuales
- ◆ Mecanismos de detección de intrusos
- Utilización de certificados digitales en la creación de un sitio de comercio electrónico

Tema4. Seguridad en los medios de pago online

- Medios de pago online
- Principales problemas de pagos online
- Tipos de pago online
- Mecanismos de seguridad en los medios de pago
- Tarjetas de crédito: banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio
- 3D Secure
- Internet Mobile Payment
- Modelos de negocio de los diferentes actores
- Workflow y funcionamiento de un sistema de pago a través de móvil

Tema5. Comercio electrónico en un entorno B2B (*Business-to-business*)

- Qué es el B2B
- Características del B2B
- Modelos de negocio de los e-marketplaces
- Agregadores horizontales/verticales
- De catálogos a e-catálogos
- Conflicto de canales, conflicto de medios y e-marketing híbrido
- SupplyChain Management
- E-Marketplace
- Modelos de negocios avanzados

Tema6. Normativas y regulaciones

- Normativa aplicable en materia de publicidad (ámbito estatal)
- Normativas sectoriales sobre determinados productos (alcohol, tabaco, medicamentos, alimentos, cosméticos, automóviles, juegos de azar y juguetes)
- Tratamiento de la mujer y los menores en publicidad
- Autorregulación: códigos de conducta, códigos éticos y códigos sectoriales
- Propiedad intelectual e industrial en la publicidad digital
- Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen en la publicidad

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

- Implicaciones legales del comercio local e internacional
- Responsabilidades legales en comercio electrónico
- Implicaciones legales en la comunicación de características y precios
- Ley orgánica de la protección de datos (LOPD)
- Impuestos indirectos
- Ley de servicios de la sociedad de la información (LSSI)

5. Metodología

Este es un curso teórico-práctico. Los contenidos del curso se irán cubriendo por medio de clases magistrales impartidas por la persona docente, así como discusiones colectivas en la clase y estas complementadas por sesiones para poner en práctica lo aprendido. Las pruebas cortas y las evaluaciones se realizarán sobre la materia vista en clase. Se realizará una investigación sobre un tema del contenido del curso. Se realizará un proyecto de manera que la persona estudiante ponga en práctica lo aprendido en clases.

Uso de la plataforma Mediación Virtual

Este curso es virtual en su versión del I semestre 2024. Se utilizará la plataforma institucional Mediación Virtual para colocar los documentos, presentaciones y vídeos del curso. Las clases asincrónicas se realizarán por medio de tareas, exámenes y foros, y las actividades sincrónicas por medio de la aplicación Zoom. Para las clases sincrónicas se compartirá con antelación la fecha y el enlace a utilizar, que permita al estudiante preparar su espacio físico y dispositivos necesarios

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SEDE REGIONAL DEL PACÍFICO
Bach. y Lic. en Informática y Tecnología Multimedia
PROGRAMA CURSO: COMERCIO ELECTRÓNICO
I Semestre, 2024
Modalidad: Virtual

6. Evaluación

<i>Descripción</i>	<i>Porcentaje</i>
I Examen parcial	20%
II Examen parcial	20%
Tareas, laboratorios	10%
Pruebas cortas	10%
Investigación	10%
Proyecto	30%
Total:	100%

Consideraciones sobre la evaluación

- Las pruebas cortas se harán al final de cada tema y no se repondrán.
- No se aceptarán tareas después de la fecha solicitada.
- El proyecto final se realizará de forma individual.
- La comprobación de que alguna tarea individual, proyecto o examen es una copia hará que se apliquen las sanciones que contemple el reglamento de Régimen Académico Estudiantil.

7. Bibliografía

- ◆ Kalakota, R. y M. Robinson (2001). Del E-Commerce al E-Business: El siguiente paso. Pearson Educación, México.
- ◆ Ledford, J (2008). SEO. Optimización del posicionamiento en buscadores. Anaya Multimedia.
- ◆ Lynch, P. y Horton, S (1999). Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites, Yale. University Press, New Haven, Connecticut.
- ◆ Marcia, F y Gosende J (2009). Posicionamiento en buscadores. Anaya Multimedia.
- ◆ Nielsen, J (2000). Designing Web Usability. New Riders Publishing, Indianapolis, Indiana.

