



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	E-Commerce
CÓDIGO	:	AN58
CICLO	:	202201
CUERPO ACADÉMICO	:	Hinostrza Chuco, Geraldine Rosmeri Huamancayo Pierrend, Juan Manuel Sánchez Gómez, Jimmy Elías
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administracion y Negocios Internacionales

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Descripción:

Curso de especialidad en la carrera de Administración y Negocios Internacionales, de carácter teórico y práctico dirigido a los estudiantes del séptimo ciclo, que busca generar una buena gestión sobre acciones de emprendimientos de nuevos negocios a través del uso de las TICs y la implementación de plataformas de Comercio Electrónico.

A través del desarrollo de la asignatura, los estudiantes toman consciencia sobre la importancia de las diferentes herramientas que se utilizan para conceptualizar proyectos con el uso de las nuevas tecnológicas con el fin de que una emprendedor o empresa pueda desarrollar negocios en mercados nacionales e internacionales.

A través del análisis de modelos de negocios, el uso de las nuevas tecnologías, el entendimiento de campañas de comunicación en internet, el alumno desarrollará su capacidad de proponer nuevas alternativas de negocios que tengan impacto global y escalable identificar oportunidades de negocios, nichos de mercado y propuestas de valor derivadas del análisis internacional con el fin de utilizarlos para tomar decisiones respecto a las estrategias comerciales en el contexto internacional.

Propósito:

La asignatura tiene como propósito permitir al futuro administrador desarrollar las habilidades de venta y atención al cliente online mediante el desarrollo de un modelo de negocio, la elaboración de prototipos y análisis de estrategias efectivas para lograr un proyecto sólido y atractivo para el mercado internacional. Asimismo, brinda al estudiante la capacidad de identificar información relevante que contribuya a sustentar su

proyecto, que finalmente deberá argumentar y comunicar de manera oral o escrita.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante desarrolla y sustenta la viabilidad de un proyecto de idea de negocio por Internet, aplicando métodos analíticos cuantitativos y cualitativos.

Con la consecución de este curso el estudiante elabora estrategias digitales innovadoras para la comercialización de un producto o servicio por internet; aplicando metodologías ágiles de innovación.

El curso desarrolla la competencia general de Pensamiento Innovador y Diseño de emprendimientos internacionales.

Competencia 1: Pensamiento Innovador

Nivel de logro: 2

Capacidad para explorar de manera exhaustiva problemas, idea o eventos para formular conclusiones u opiniones sólidamente justificadas

Competencia 2: Diseño de emprendimientos internacionales

Nivel de logro: 2

El estudiante es capaz de aplicar métodos analíticos, cuantitativos y cualitativos, con el fin de priorizar y/o seleccionar las mejores alternativas para plantear y diseñar un emprendimiento internacional, de manera analítica y crítica.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 Gestión del E-commerce.

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante propone un plan de comercio electrónico innovador para la comercialización de un producto o servicio con participación grupal activa, identificando los distintos modelos de negocio por Internet así como sus ventajas y desventajas como complemento de una estrategia de internacionalización.

TEMARIO

Sesión 1: Introducción al Curso

Innovación, transformación digital y conceptos e-commerce

Análisis de tendencias internacionales

Casos de éxito de Startups del sector que generen valor a empresas (B2B)

Casos de éxito de empresas multinacionales que ingresaron a los negocios por Internet con modelos de negocios innovadores.

-Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Actividades de aprendizaje:

Validación de conocimiento previos sobre e-commerce e innovación

Explicación del proyecto del curso

Evidencias de aprendizaje:

Caso práctico

Desarrollo el reporte sobre una start up o empresa multinacional ¿ Evalúa participación del alumno

BIBLIOGRAFIA:

Laudon, K., & Guercio Traver, C. (2014). E-commerce 2013: Negocios, tecnología, sociedad (9a ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.

Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T., & Turban, Deborah C. (2015). Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective (Eighth Edition, Revised ed., Springer Texts in Business and Economics). Cham: Springer International Publishing : Imprint: Springer.

Jelassi, Enders, Martinez, Enders, Albrecht, & Martinez-Lopez, Francisco J. (2014). Strategies for e-business : Creating value through electronic and mobile commerce : Concepts and cases (Third ed., Always learning). Harlow, England: Pearson Education Limited.

Sesión 2: Introducción al Design thinking

Repaso de conceptos

-Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Caso HBR: ¿Design Thinking by Tim Brown

Actividades de aprendizaje:

Taller Grupal:

Entrevistas a profundidad

Evidencias de aprendizaje:

Plan de entrevistas a profundidad

BIBLIOGRAFIA:

Rowe, P. (1987). Design thinking. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). Designing for growth: A design thinking tool kit for managers. New York: Columbia Business School: Columbia University Press.

Sesión 3: Definición de necesidades digitales empresariales:

Qué es Customer Journey

Qué son los Insights

Actividades de aprendizaje:

Taller Grupal:

Customer Journey e Insights

Evidencias de aprendizaje:

Definición del problema o necesidad de la empresa.

BIBLIOGRAFIA:

Liedtka, J., & Ogilvie, T. (2011). Designing for growth: A design thinking tool kit for managers. New York: Columbia Business School: Columbia University Press.

Sesión 4:

Lean Startup

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Caso HBR: Lean Startup

Actividades de aprendizaje:

Exposición participativa.

Evidencias de aprendizaje:

Caso práctico

Desarrollo el reporte sobre lean canvas y storytelling - Evalúa participación del alumno

BIBLIOGRAFIA:

Ries, & San Julián. (2012). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua (1a ed.). Barcelona: Deusto.

Sesión 5:

Desarrollo de un modelo de negocio por Internet

Business Model Canvas

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Benchmarking de Estrategia Digital: diagnóstico de activos digitales y campañas

Actividades de Aprendizaje:

Exposición participativa.

Business Model Canvas usando canvanizer.com

Evidencias de Aprendizaje:

Caso práctico

Desarrollo el reporte sobre BMC - Evalúa participación del alumno

Bibliografía:

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2011). Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores (1a ed.). Barcelona: Deusto.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, T. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want : Get started with;. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Sesión 6: Definición del producto digital a través del prototipado y validación

UX

Sketching y Prototipado rápido

Validación de prototipos con usuarios reales

Validación de prototipos

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Actividades de Aprendizaje:

Exposición participativa.

Desarrollo de bocetos para APPs.

Validación de los prototipos

Evidencias de Aprendizaje:

- Plan de validación

- Evaluación de las validaciones de prototipos de los avances grupales.

Bibliografía:

Gothelf, J., Seiden, J., Ries, E., & Universidad Internacional de La Rioja. (2014). Lean UX : Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario (Primera edición. ed., Unir emprende). Logroño (La Rioja): Universidad Internacional La Rioja.

Klein, L. (n.d.). Experiencia de usuario para Lean Startups. Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR).
Gothelf, J. (n.d.). Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario. Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR).

Sesión 7:

- Asesoría de Trabajos
- Caso Harvard 1

Evidencias de aprendizaje:

PC1

BIBLIOGRAFIA:

Gothelf, J., Seiden, J., Ries, E., & Universidad Internacional de La Rioja. (2014). Lean UX : Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario (Primera edición. ed., Unir emprende). Logrono (La Rioja): Universidad Internacional La Rioja.

Klein, L. (n.d.). Experiencia de usuario para Lean Startups. Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR).

Gothelf, J. (n.d.). Lean UX: Cómo aplicar los principios Lean a la mejora de la experiencia de usuario. Universidad Internacional de La Rioja, S. A. (UNIR).

Semana 8:

EXAMENES PARCIALES

HORA(S) / SEMANA(S)

21 / Semanas 1, 2 ,3, 4, 5, 6, 7 Y 8

UNIDAD Nº: 2 Marketing Digital

LOGRO

Al finalizar la unidad 2, el alumno diseña un plan de acción estratégico e innovador de promoción online para su proyecto de negocio por Internet.

TEMARIO

Sesión 9:

Marketing en Buscadores

Posicionamiento en buscadores

Posicionamiento web

Estrategias SEO

Creación de contenidos

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Actividades de aprendizaje:

Exposición participativa.

Plan de Acción de Marketing en Buscadores

Evidencias de aprendizaje:

Evaluación del Plan de Acción de Marketing en Buscadores.

BIBLIOGRAFIA:

Harnett, M. (2012). Guía de acceso rápido a Google Adwords : Como posicionar su producto en Google y atraer

clientes. Buenos Aires: Granica.

Sesión 10:

Omnicanalidad en Marketing digital

Email marketing

El nuevo entorno de comunicación

Viralidad

Gestión de crisis

Publicidad en redes sociales

Growth Hacking

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Actividades de aprendizaje:

Exposición participativa.

Desarrollo de un Plan de Acción de Marketing Digital.

Evidencias de aprendizaje:

Evaluación del Plan de Acción de Marketing Digital.

BIBLIOGRAFIA:

Dodson, I. (2016). *The art of digital marketing: The definitive guide to creating strategic, targeted, and measurable online campaigns*. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, Fiona. (2014). *Marketing digital: Estrategia, implementación y práctica* (Quinta edición, ed.). México, D.F.: Pearson.

Sesión 11: Transformación digital- Desarrollo de e-commerce con plataformas SaaS

Implicancias para diseñar un plan de transformación digital

-Casos de éxito de transformación digital

Actividades de aprendizaje:

Exposición participativa.

Debate Caso HBR "Amazon Go: Venturing into Traditional Retail"

Evidencias de aprendizaje:

- Autotest

- Evaluación de la participación del alumno en el debate del caso HBR "Amazon Go: Venturing into Traditional Retail"

BIBLIOGRAFIA:

Viciana Perez, A., & E-libro, Corp. (2011). *Venta online* (UF0032). Malaga: IC Editorial

Sesión 12: Transformación digital

¿Qué es transformación digital?

Implicancias para diseñar un plan de transformación digital

Casos de éxito de transformación digital

Actividades de Aprendizaje:

Taller: ¿Cómo realizar un diagnóstico de nivel de digitalización de la empresa y la planificación para su transformación?

Evidencias de Aprendizaje:

Plan de transformación digital

HORA(S) / SEMANA(S)

9 / Semana 9, 10, 11 y 12

UNIDAD N°: 3 Plan Financiero

LOGRO

Al finalizar la unidad 3, el alumno desarrolla un plan financiero para su proyecto de e-Commerce con participación grupal activa.

TEMARIO

Sesión 13: Plan financiero

Necesidades de un Plan Financiero

Estimación de demanda

Proyección de Ventas

Estructura de Costos

Balance

Cuenta de resultados

Punto de equilibrio y retorno de inversión

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

Actividades de aprendizaje:

Exposición participativa.

Evidencias de aprendizaje:

Caso práctico

Evaluación del Plan Financiero del proyecto del curso.

Bibliografía:

Alhabeeb, M. (2015). Entrepreneurial finance: Fundamentals of financial planning and management for small business. Hoboken, New Jersey: Wiley.

Shelters, D. (2013). Start-up guide for the technopreneur financial planning, decision making, and negotiating from incubation to exit. Singapore: Wiley.

Sesión 14: Cultura hacia la innovación.

- Buenas prácticas

- Mindset para la transformación digital

- Caso HBR: Pixar

Actividades de aprendizaje:

Repaso de conceptos

Debate del caso

Evidencias de Aprendizaje:

Caso práctico

Bibliografía:

Kelley, T (2005). The Ten Faces of Innovation: IDEO's Strategies for Beating the Devil's Advocate and Driving Creativity Throughout Your Organization.

Innovar al estilo Pixar lecciones de negocios de la empresa de recreación ma#769;s creativa del mundo

Bill Capodagli, Lynn Jackson

McGraw-Hill

España 2011

eLibro Cátedra

<https://bit.ly/2CFzjhr>

Creativity now : get inspired, create ideas, and make them happen!

Jurgen Wolff

Pearson 2012

O'Reilly

<https://bit.ly/2CIIQEC>

Sesión 15:

Actividades de Aprendizaje

Exposición TF

Evidencias de Aprendizaje

PC2

Semana de Finales

Revisión de los materiales de las semanas 9-14, como preparación a la PC1

Aprendizaje autónomo (BLENDED)

HORA(S) / SEMANA(S)

6 / Semana 13 a 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

Este curso se desarrolla en modalidad blended. En este curso los conocimientos adquiridos y las habilidades desarrolladas en cada unidad son necesarios para la comprensión de la siguiente unidad. El curso combina las siguientes sesiones y actividades de trabajo:

- Las sesiones asíncronas, en las que el estudiante deberá estudiar los materiales publicados en el Aula Virtual con autonomía y responsabilidad, esta sesión termina con el desarrollo de una evaluación individual y una evaluación grupal. La evaluación individual es virtual, mientras que la evaluación grupal se trabaja la siguiente clase presencial, donde el docente cumple el rol de facilitador.

- Las sesión síncronas se desarrollarán a través de una exposición participativa, en las que de manera grupal expondrán el trabajo realizado en la sesión online y desarrollarán actividades propuestas para lograr una completa consecución de los objetivos de aprendizaje propuestos.

El estudiante deberá dedicar al menos dos horas para las lecturas y desarrollo de las actividades complementarias a la semana, fuera del horario de clases.

¡Mantente al tanto de todas las novedades de tu carrera de Administración y Negocios Internacionales!

Sigue las cuentas de todos los equipos de carrera para enterarte de lo último en eventos, investigación, noticias y tendencias:

- Fan Page Oficial de carrera: <https://www.facebook.com/InternationalBusinessUPC/>

o Instagram: <https://www.instagram.com/internationalbusiness.upc/>

- Grupo de Investigación:

<https://www.facebook.com/GrupodeInvestigaciondeNegociosInternacionalesUPC>

- Global Talks

o Instagram: <https://www.instagram.com/globaltalksupc/>

o Facebook: <https://www.facebook.com/GlobalTalksUPC>

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$30\% (PA1) + 15\% (EA1) + 10\% (TA1) + 10\% (TA2) + 35\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
PA - PARTICIPACIÓN	30
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	15
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
TF - TRABAJO FINAL	35

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 15	Evaluación continua todas las sesiones + actividades online	NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8	Evaluación asíncrona, Sustentación oral de Avance 1 del TF	SÍ
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 7	Avance 1 del TF Trabajo escrito	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	Semana 12	Avance 2 del TF	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 15	Presentación del Trabajo final.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

[https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/7863771140003391?institute=51UPC_INST
&auth=LOCAL](https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/7863771140003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL)

ANEXO

En este anexo, se encuentran los reglamentos que todo alumno está obligado a leer y a cumplir en su rol de estudiante universitario en la UPC.

REGLAMENTO DE DISCIPLINA DE ALUMNOS :

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/reglamentos-upc/sica-reg-26-reglamento-de-disciplina-de-alumnos>

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN CASOS DE HOSTIGAMIENTO SEXUAL- UPC:

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/normalizacion/sica-reg-31-reglamento-para-la-prevencion-e-intervencion-en-casos-de-hostiga>