

## COMERCIO ELECTRÓNICO

UC	HT	HP	HL	Modalidad	Código	Requisitos	Ult. Actualización
5	4	2		Optativa/ electiva	6023	Aplicaciones con la Tecnología Internet	Junio 2004

### Fundamentación:

El enorme crecimiento de la Internet, ha conducido a una gran cantidad de clientes y firmas comerciales a participar en un mercado global en línea, y precisamente este proceso de globalización se origina y desarrolla alrededor del paradigma de las redes de computadoras. La popularidad del WWW como medio comercial se debe a las facilidades que ofrece para compartir información y a su potencial para proporcionar un canal eficiente para la publicidad, el mercadeo e incluso la distribución directa de ciertos bienes y servicios. El comercio electrónico es más que la posibilidad de comprar desde la casa. Abarca un rango de interacciones electrónicas entre las organizaciones y sus socios comerciales en toda la cadena. Las redes pueden facilitar la coordinación entre consumidores y vendedores, facilitando el proceso de compra/venta.

En este curso el estudiante está en contacto con las variables que aumentan la posibilidad de éxito en el diseño/mantenimiento de proyectos de comercio electrónico, gracias al afianzamiento de los conceptos relacionados, tanto con la plataforma de infraestructura (redes de computadoras, seguridad, sistemas operativos), como con la plataforma de desarrollo de los sistemas de información.

### Objetivos:

Al finalizar el curso el estudiante debe ser capaz de:

- Conocer la Cadena de valor de una empresa
- Comprender los fundamentos del Comercio Electrónico.
- Identificar y comprender el impacto del Comercio Electrónico en la Cadena de Valor de una empresa
- Comprender las diferentes estrategias para incorporar el Comercio Electrónico en una empresa y el impacto tecnológico sobre dichas estrategias.
- Evaluar los riesgos potenciales y las medidas de mitigación que deben ser implantadas para asegurar un Comercio Electrónico seguro.
- Desarrollar e implantar un sitio de Comercio Electrónico utilizando Tecnología Internet.

### Contenidos Temáticos:

1. Conceptualización del comercio electrónico:  
Aspectos básicos y evolución histórica. Introducción al comercio y su ubicación dentro de la economía. La cadena de valor. Internet, Extranet y colaboración comercial. Uso empresarial de Internet. El comercio electrónico. Uso del comercio. Clasificaciones. Tecnologías. Aplicaciones.
2. El caso comercial de comercio electrónico:  
Planeación de los recursos de la empresa (ERP). Administración de las relaciones con los clientes (CRM). Administración de la cadena de ventas. Administración de la cadena de provisión.
3. Estrategias para entrar al comercio electrónico:  
Formulación de una estrategia. Fases para entrar al comercio electrónico. Uso de tecnología: redes de área local (LAN), redes de área amplia (WAN). calidad de servicio (QoS).
4. Formas de Pago y Facturación

5. Seguridad de la información:  
Fundamentos. Riesgo Operacional. Modelo Arquitectura SI ISO 17799. Seguridad en el entorno de redes.  
Firewall. Criptografía. Firmas Digitales. SSL. SET.

### **Bibliografía**

- Robert C. Elsenpeter, Toby J. Velte. *Fundamentos de Comercio Electrónico*. McGrawHill
- G. McComb. *Web Commerce Cookbook*. Wiley, 1998.
- G. Winfield Treese. *Designing Systems for Internet Commerce*. Addison Wesley, 1998.
- M. S. Merkow, J. Breithaupt. *Building SET Applications for Secure Transactions*. Wiley, 1998.
- J. Cataudella, D. Greely, B. Sawyer. *Creating Stores on the Web*. Peachpit Pr, 1998.
- R. Kalakota, A. B. Whinston. *Electronic Commerce: A Manager's Guide*. Addison Wesley, 1996.
- K. Ghosh. *E-Commerce Security: Weak Links, Best Defenses*. Wiley, 1998.
- William Stallings. *Cryptography and Network Security*. Prentice Hall, 1998.
- Lincoln D. Stein. *Web Security*. Addison Wesley., 1998.
- S. Garfinkel. *Web Security & Commerce*. O'Reilly & Associates, Inc., 1997.
- William Stallings. *Comunicaciones y Redes de Computadores*. Prentice Hall.
- Andrea Viviana Sarra. *Comercio Electrónico y derecho*. Editorial Astrea 2000.