



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA U DE COLOMBIA**

**CONTENIDOS PARA PERÍODO 2017-1**

Asignatura: **E-Commerce**

Programa: **Contaduría Pública**

**OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA:**

Entregar los elementos claves y necesarios que permitan a los estudiantes la aplicación de las diferentes técnicas de la información y las comunicaciones en las empresas o aquellos lugares en los que se desempeñen como profesionales.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA:**

1. Entregar al estudiante los elementos claves y necesarios que permitan al estudiante entender la evolución del desarrollo tecnológico actual para ser puesto a disposición para que las empresas puedan ser más competitivas en el mercado actual.

2. Identificar el marco legal y las leyes que rigen o regulan los derechos de propiedad dentro del mercado financiero.

3. Abordar la tecnología de la información y las comunicaciones como una herramienta que permita incorporar las TIC'S al comercio de bienes y servicios.

TEMÁTICAS O CONTENIDOS	HORAS REQUERIDAS			
	PRESENCIALES (CLASE)	TRABAJO INDEPENDIENTE	TRABAJO ACOMPAÑADO	TOTALES
1. Desarrollo del concepto de tecnología de la información de las tecnologías y las comunicaciones.	1	1		2
2. El concepto de TIC'S	1	1		2
3. Diferentes conceptos de tecnologías.	1	1		2
4. El desarrollo tecnológico en la era actual.	1	1	2	4
5. Importancia de las TIC'S dentro del comercio de bienes y servicios.	2	2		4
6. El contexto del mercado financiero por medios electrónicos.	2	2		4
7. Las nuevas tecnologías de las comunicaciones.	2	2	2	6
8. El contexto tecnológico global.	1	1		2
9. La tecnología y la internacionalización de los negocios.	1	1		2
10. Los modelos de comercio tradicional.	1	1		2
11. El marco legal y los derechos de propiedad.	1	1	1	3



12. Las regulaciones y los derechos de propiedad intelectual, cominios, leyes y regulaciones.	1	1		2
13. La incorporación de las tecnologías del comercio electrónico en la planeación estratégica.	2	2		4
14. Los diferentes modelos y las nuevas tecnologías.	1	1		2
15. El CRMs, ERPS, EDI.	1	1	2	4
16. Modelos de negocios B2B. B2C.	1	1		2
17. Los modelos C2C. B2E, B2G. C2G.	1	1	2	4
18. El concepto de infraestructura tecnológica.	2	2	4	8
19. Los conceptos fundamentales: servidores, las bases de datos, las redes de comunicaciones.	1	1		2
20. Los nombre de dominios	1	1		2
21. los Hosting.	1	1	2	4
22. Las herramienta de implementación y de promoción.	1	1		2
23. La elección de tecnologías necesarias para los proyectos de negocios.	1	1		2
24. La estructura de un sitio Web	2	2		4
25. Consideraciones del diseño.				
26. Herramientas básicas del diseño de la Web.	2	2		4
27. Administrador de contenido.	2	2		4
28. La promoción en línea	2	2		4
Número de créditos de la asignatura	36	36	15	87

**BIBLIOGRAFÍA y CIBERGRAFÍA.**

1. Fellenstein, Craig, Wood Ron. Las tecnologías de la información y las telecomunicaciones. Editorial: Prentice Hall, 2.003. 318 Pgs.

2. Gallego, Vasquez, Jorge Enrique. Ambientes virtuales de Aprendizaje e investigación como formativo. En: Revista Itinerario Educativo. Vol. 23 Nro. 54 DE 2.009. Pgs. 109-122.

3. Gallego Vasquez, Jorge Enrique. Sistemas del proceso curricular para la institución Universitaria Esumer.

En: Revista Mercatec. Nro. 44. Pag 66-73 del 2.008.



**U DE COLOMBIA**  
Corporación Universitaria

4. Rodriguez. Gladys Stella. El E-Commerce a nivel Intenacional de algunos casos. En:Revsita De derecho Nro. 20, Pgs. 12-19. Año 2.003

5. Laudon, Kenneth C, Traver, Carol Guercio. E-Commerce: Negocios, Tecnología, Sociedad.



**U DE COLOMBIA**  
Corporación Universitaria