



**Universidad
del Valle de México**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*

Alumno:

Claudia Isis Monroy Farías

Maestría en Educación con orientación en innovación y tecnología educativa

Nombre de la materia: Diseño de entornos virtuales de aprendizaje

Profesor: José María Jovani Rodríguez Montoya

Campus: San Rafael

Fecha: 29 de noviembre de 2019

Actividad 4:

Tema:	Comercio Electrónico.
Nivel educativo:	Licenciatura.
Modalidad:	En línea.
Ciclo:	2019-02.
Fin de formación:	Curricular.
Perfil de los participantes:	Conocimiento previo de Tics.
Competencias a Desarrollar:	1. Hacer. 2. Saber. 3. Ser.

- Planteamientos teóricos:

- **Comercio:**

Proceso y mecanismos utilizados que son necesarios para colocar la mercancía en donde se provisionan los consumidores (acción de comprar y vender).

- **Comercio electrónico:**

“Es el conjunto de transacciones comerciales y financieras realizadas por medios electrónicos. Esto es, el procesamiento y la transmisión electrónica de datos, incluyendo texto, sonido e imagen” (Primer Informe de Progreso del Grupo de Trabajo sobre Comercio Electrónico y Comercio Exterior).

Cualquier forma de transacción de negocios que interactúa electrónicamente con el fin de incrementar la eficacia entre las relaciones comerciales.

- El comercio electrónico es aquél donde se utiliza para la comunicación y acuerdo entre las partes, el intercambio de datos, a través de medios electrónicos, electromagnéticos, ópticos u otros, de naturaleza análoga”. (Art. 641 del Código de Comercio Mexicano).
 - Carrito de compras.- Es un programa versátil ya que el usuario tiene la opción de elegir productos, visualizar descuentos, eliminar productos seleccionados antes de definir la compra y en general, permite que el visitante elija libremente los productos de su empresa de manera que usted tendrá un registro de productos seleccionados por cliente. Con lo anterior, usted tendrá la ventaja de ver cuáles son los productos que más compra cada usuario, con qué frecuencia los adquiere, usted sabe cuáles son los productos más vendidos, monto de cada compra y datos de registro de usuarios.

- Autores:
 - (Art. 641 del Código de Comercio Mexicano)
 - <https://www.google.com/search?q=autores+de+comercio+electronico&oq=autores+de+comercio+electronico&aqs=chrome..69i57j0l5.5959j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Fundamentación teórico – fundamental:

Características del e-commerce:

Participan todo tipo de individuos, conocidos o desconocidos, ya sea personas físicas o entidades públicas o privadas.

Mercado relevante es potencialmente infinito (expansión ilimitada).

Necesidad utilizar métodos de seguridad (firma digital).

Transacciones:

- a) Directas o completas.- Es aquel en el cual tanto el pedido como el pago y el envío de los bienes intangibles o tangibles y/o servicios inclusive, se producen 'on-line', como es el caso de transacciones u operaciones vinculadas con viajes, venta de boletos (teatros, conciertos, etc.), software, toda la rama de entretenimientos (música, juegos, apuestas), servicio de banca, venta de inmuebles, asesoría legal, consejos de salud, temas de educación y servicios por parte del Gobierno.
- b) Indirectas o incompletas.- No todas sus fases se realizan por medios electrónicos (ejem. Televenta + refuerzo de las tradicionales fuerzas de ventas).

Consiste en adquirir bienes tangibles que necesitan luego ser enviados físicamente, utilizando para ello los canales o vías tradicionales de distribución.

Tipos de transacciones:

- a) Entre empresas (b2b= business to business): Compradores o vendedores de sus mismos productos (incluye materia prima).
- b) Entre empresas y consumidores (b2c= business to consumers): Venden sus productos o servicios a través de un sitio web para su uso personal.
- c) Entre consumidor y consumidor (c2c= consumer to consumer): los usuarios realizan operaciones entre sí como remates.
- d) Consumidor y administración (c2a= consumer to administration) como pago de impuestos, visas, asistencia informativa, formatos, tenencias.
- e) Empresa to administración (b2a= business to administration) como en el caso de licitaciones, SAP, donde las instituciones públicas actúan como agentes reguladores y promotores del comercio electrónico y como usuarias.
- f) Administration to administration (Entre organismos gubernamentales).

Transacciones por Internet:

- Compra o locación de bienes.
- Locación de servicios.
- Suministro de información en línea.
- Publicidad.
- Juegos y apuestas.
- Aprovisionamiento electrónico (e-procurement).
- Subastas electrónicas, herramienta en línea basada en internet (e-auctions).

Categorías del e-commerce:

- Procesamiento de pedidos electrónicos de productos tangibles.
- Pedido electrónico de productos digitalizados.
- Descarga de productos digitales.
- Actualizaciones y agregados.
- Software de duración limitada.
- Programa de computación u otro producto de uso único.
- Hosting de aplicación, de sitios web.
- Proveedor de servicio.
- Publicidad.
- Acceso electrónico a asesoramiento profesional o información técnica.
- Portales en línea.
- Transmisión de audio y video en tiempo real por la red.

Elementos involucrados:

- Clientes o usuarios finales.
- Empresas o proveedores.
- Intermediarios.
- Proceso de compra-venta: tarjetas de crédito.
- Tecnología: internet, computadora, línea telefónica, gadgets.

Software para empresas:

- La transferencia de fondos electrónica (ejem. sistema en línea con pago de tarjeta).
- La administración de cadenas de suministro.
- El marketing en Internet (banners, catálogos on line).
- El procesamiento de transacciones en línea (OLTP) o compras (COMPRANET).
- El intercambio electrónico de datos (EDI).
- Los sistemas de administración del inventario.
- Los sistemas automatizados de recolección de datos.
- Sistemas para el carrito electrónico.
- Sistemas para Tienda virtual.

E-bussines vs e-commerce:

- El e-commerce cubre los procesos por los cuales se llega a los consumidores, proveedores y socios de negocio, incluyendo actividades como ventas, marketing, toma de órdenes de pedido, entrega, servicios al consumidor, y administración de lealtad del consumidor.
- El e-business incluye al e-commerce, pero también cubre procesos internos como producción, administración de inventario, desarrollo de productos, administración de riesgo, finanzas, desarrollo de estrategias, administración del conocimiento y recursos humanos.

- Casos de aplicación:

Trabajos de consolidación:

- Hacer un glosario de términos vistos en clase para el e-commerce.
- Calificar su unidad a través de la revisión de su presentación en PowerPoint que debe incluir todas sus investigaciones + colocarle imágenes a la misma.
- Investigar la realización de una transacción electrónica y elaborar un diagrama de casos de uso.

- Ventajas y desventajas:

Principales ventajas y desventajas:

Ventajas:

- Nivelador (negocios chicos y grandes, rurales o urbanos).
- Permite a los consumidores tomar sus propias decisiones de compra al estar mejor informados.
- Consultas a catalogos on-line.
- Comparar precios sin salir de casa.
- Compras on-line (centros comerciales virtuales).
- Salva el obstáculo de las distancias.
- Alta rentabilidad a las empresas.
- Permite encontrar clientes.
- Evita la monopolización.
- Proyección mundial.
- Publicidad barata.
- Vendedores virtuales sin descanso ni prestaciones.
- Mejora el tiempo de entrega (ejem. Libros virtuales, software).
- Facilita la investigación y comparación de mercados.

Desventajas:

- Carencia del trato humano.
- Suceptible a fraude.
- Viola derechos legales y de autor.
- Desconfianza de uso de tarjetas.
- Carencia de seguridad en la red.
- Falta de velocidad y conexión que frena la venta.

Conclusión:

La investigación de contenido juega un papel fundamental, ya que plasmaremos en este formato la información valiosa que deseamos que el estudiante reconozca, así mismo, podemos servir como filtro evitando la información basura o de relleno, buscando siempre la mayor ventaja del estudiante con el análisis de las competencias a desarrollar para su mejor comprensión y sobre todo buscando siempre la comprensión y aplicación del contenido.

Saludos.

Referencias:

- https://uvmonline.blackboard.com/bbcswebdav/pid-4914434-dt-content-rid-192328826_1/institution/ASIGNATURAS%20DI/PT_OM%20Posgrado/M%20EDUCACION%20CON%20ORIENTACIONES/M%20EDUCACION%20CON%20ORIENTACION%20EN%20INNOVACION%20Y%20TECNOLOGIA%20EDUCATIVA/DISE%C3%91O%20DE%20ENTORNOS%20VIRTUALES%20DE%20APRENDIZAJE/RECURSOS/U2_19_plataformas_E-learning.pdf
- <http://www.bibliotecas.uvmnet.edu/portico/gui/index.php>