

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica (s): Facultad de Ciencias Administrativas
Facultad de Contaduría y Administración
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales

2. Programa(s) de estudio:(Técnico, Licenciatura (s): Licenciatura en Informática. 3. Vigencia del plan: 2009-2

4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Comercialización de las TICS. 5. Clave 11878

6.- HC: 2 HL: _____ HT: 1 HPC: _____ HCL: _____ HE: 2 CR: 5

7. Ciclo Escolar: 2013-1

8. Etapa de formación a la que pertenece: Terminal

9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria: Optativa: _____

10. Requisitos para cursar la Unidad de Aprendizaje: Ninguna



FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES
ENSENADA, BAJA CALIFORNIA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA

RECIBID
JUN 08 2012
RECIBID
DEPTO. DE FORMACION PROFESIONAL
Y VINCULACION UNIVERSITARIA
CAMPUS ENSENADA

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN (Continuación)

Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) Licenciatura en Informática Vigencia del plan: 2009-2

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: Comercialización de las TICS Clave: 11878

HC: 2 HL: HT: 1 HPC: HCL: HE: 2 CR: 5

Firmas Homologadas

Fecha de Elaboración: 9 de Marzo de 2012

Formuló:

M.A. Jorge Morales Garfias(TIJ)

Vo.Bo. Dr. Daniel Muñoz Zapata
Cargo: Subdirector,
Facultad de Contaduría y Administración Tijuana

M.T.I.C. David Martínez Orzuna(ENS)

Vo.Bo. M.P. Eva Olivia Martínez Lucero
Cargo: Subdirectora,
Facultad de Ciencias Admvas. y Sociales Ensenada

I.T.I. Edgard José María Burgueño Ochoa(MXL)

Vo.Bo. M.A. Ernesto Alonso Pérez Maldonado
Cargo: Subdirector,
Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Esta materia se encuentra en la etapa terminal, es obligatoria. Tiene como propósito, propiciar en el estudiante la utilización de las tecnologías de información en las organizaciones que detonen el crecimiento económico y optimización de recursos. Con visión creativa y responsabilidad.

III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

Aplicar el proceso de comercialización a través del estudio y análisis de estrategias, utilizando las herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas con el fin de diseñar proyectos de comercialización de las TICS y generación de planes de distribución logística del bien o producto.

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Presentar un documento donde se sustente las posibles alternativas de un proyecto de comercialización de TIC así como la logística de los bienes y productos.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar los fundamentos de comercialización, mediante la aplicación de un modelo de negocio, para identificar oportunidades comerciales con responsabilidad, actitud y sentido crítico.

Contenido

Duración 8 horas

Unidad I. Fundamentos de comercialización.

- 1.1. Detección de Necesidades.
- 1.2. Identificación de Mercado.
- 1.3. Identificación de Fuerzas Competitivas.
- 1.4. Identificación de la cadena de Valor Agregado.
- 1.5. Identificación de Costos.
- 1.6. Esquemas financieros públicos y privados.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Definir los fundamentos en el entorno económico de los negocios, mediante la descripción de los conceptos en un entorno comercial para identificar un mercado potencial con voluntad, respeto y compromiso

Contenido

Duración

8 horas

Unidad II. Entorno económico de los negocios.

- 2.1. Conceptos de economía, negocios y comercio.
- 2.2. La economía como flujo circular de ingreso.
- 2.3. Micro y Macroeconomía.
- 2.4. Elementos Básicos de Oferta y Demanda.
- 2.5. Clasificación del comercio.
- 2.6. Características del comercio.
- 2.7. Responsabilidad de los negocios.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Emplear la distribución logística en las organizaciones como soporte de entrega a través de una solución de negocio identificando los canales de distribución comercial, para definir las rutas óptimas de entrega, con responsabilidad, creatividad y ética.

Contenido

Duración

7 horas

Unidad III. Distribución logística.

- 3.1. Definición de logística y distribución.
- 3.2. Principios de la distribución de logística.
- 3.3. Identificación de canales de distribución.
- 3.4. Aplicaciones de Distribución logística.
- 3.5. Desarrollo de caso práctico.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Analizar las alternativas de la dirección de ventas, a través de la estructuración de un plan estratégico de ventas, para incrementar el éxito en el cierre de una propuesta comercial de negocio con responsabilidad, honestidad y compromiso.

Contenido

Duración **7 horas**

Unidad IV. Dirección de ventas.

- 4.1. Definición de Dirección.
- 4.2. Definición de ventas.
- 4.3. Implementación de la dirección de ventas.
- 4.4. Definición de Proceso de Ventas.
- 4.5. Plan estratégico de largo plazo.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Ejecutar la dirección comercial mediante la implementación de planes estratégicos para la comercialización de bienes y servicios con responsabilidad social, voluntad y sentido analítico.

Contenido

Duración

6 horas

Unidad V. Dirección comercial.

- 5.1. Explicación de lo que es la dirección comercial.
- 5.2. Implementación de la dirección comercial.
- 5.3. Definición de caso práctico.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Diseñar un proyecto de comercialización a través de una estrategia de comercialización para obtener una solución comercial de negocio, con honestidad, trabajo en equipo, disciplina y orden.

Contenido

Duración

6 horas

Unidad VI. Comercialización aplicada a las TIC's.

- 6.1 Elaboración de un proyecto de comercialización que incorpore TICS.
- 6.2 Diseño y desarrollo de comercialización de las TICS
- 6.3 Implementación de la comercialización de las TICS.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Diseñar un proyecto de comercialización a través de una estrategia de comercialización internacional obteniendo una solución de negocio, con honestidad, trabajo en equipo, disciplina y orden.

Contenido

Duración

6 horas

Unidad VII. Comercialización internacional de TIC.

- 7.1. Identificar el entorno comercial internacional.
- 7.2. Consideraciones legales internacionales en términos comerciales.
- 7.3. Identificar Aspectos Culturales, Económicos y Geográficos en el contexto comercial.
- 7.4. Desarrollo de caso práctico.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Analizar los fundamentos de la comercialización de las TIC's.	Elaborar un diagrama de modelo de negocio, que identifique oportunidades comerciales.	Bibliografía, Equipo de cómputo.	3 horas
2	Aplicar los fundamentos de la comercialización de las TIC's.	Realizar un cuadro sinóptico con la clasificación y las características de los sistemas de información.	Bibliografía, Equipo de cómputo.	3 horas
3	Conocer los fundamentos del Entorno de los negocios.	Realizar una presentación que contenga los tipos de sistemas de información que se pueden encontrar en una organización.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas
4	Identificar las alternativas de la distribución logística.	Elaborar un caso práctico donde se muestre las ventajas y desventajas seleccionando una de las diferentes alternativas de distribución logística.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	3 horas
5	Proponer alternativas de la dirección de ventas y dirección comercial.	Analizar una situación específica presentada por el profesor, donde se proponga las alternativas de sistemas de información que den apoyo a la problemática.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas
6	Diseñar un proyecto de comercialización.	Elaborar una estrategia de comercialización que proponga alternativas a una solución de negocio.	Bibliografía, Equipo de cómputo, Proyector para exponer.	6 horas

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Exposición por parte del profesor.
- Investigación de temas innovadores relacionados con el contenido
- Exposición por parte del alumno
- Resolución de problemas en clase.
- Ejercicios extra clase.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<input type="checkbox"/> Evaluación parcial de las unidades	40%
<input type="checkbox"/> Participación activa durante las clases.	20%
<input type="checkbox"/> Exposición del caso práctico.	<u>40%</u>
	100%

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Complementaria

Los Activos intangibles y sus retos: Horizontes para los próximos modelos productivos.
Borja Barrutieta,
Editorial Netbiblo, 2011
ISBN: 9788497454865

Marketing, Innovación y Nuevos Negocios,
Javier Maqueda Lafuente,
Editorial, ESIC, 2010
ISBN: 9788473567169

Bussines Model Generation
Alexander Osterwalder / Yves Pigneur
John Wiley, 2010
ISBN: 0470876417

Electronic Commerce Strategies and Models for Business-to-Business Trading,
Paul Timmers.
John Wiley / Sons, LTD, 2008
ISBN: 0471498408

La dirección de ventas
Artal Castells Manuel
ESICS, 2006
ISBN: 9788473564489

Dirección comercial
Los instrumentos de Marketing
Casado Díaz, Ana Belèn Parreño Selva, Josefa Ruiz Conde
Club Universitario, 2005.
ISBN 9788484542841

NO SE ENCONTRO PUBLICACIÓN RECIENTE:
Administración :Un enfoque interdisciplinario
Robles Valdés, Gloria.
Pearson Educación de México S.A. de C.V., 2000
ISBN: 968-444-421-4