



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

EAP

Escuela de
Administración Pública

Universidad de Costa Rica
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Administración Pública
Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior



Carrera acreditada PICARD
(Sede Rodrigo Facio, Sede del Caribe, Sede del
Pacífico y Sede de Guanacaste)



Carrera acreditada por SINAES
(Sede Rodrigo Facio)

XP0256 Modelos de Negocio de la Economía Digital

Programa de curso

Ciclo al que pertenece: VII ciclo
Requisitos: XP0254

Ciclo en el que se imparte: I ciclo
Créditos: 3

Información del curso

Sede	G	Horario	Aula	Horario y lugar de atención (previa cita)
Rodrigo Facio	01	M 13:00-15:50	008CE	M 16:00-19:00 previa cita, FCE
Rodrigo Facio	02	M 16:00-18:50	008CE	M 19:00-21:50, FCE
Rodrigo Facio	03	M 19:00-21:50	008CE	M 17:30-19:00 y J 17:30-19:00, FCE
Caribe	01	M 13:00-15:50		M 10:00-13:00, SC
Pacífico	01	V 09:00-11:50		V 13:00-14:00, SP
Guanacaste	01	S 13:00-15:50		S 10:00-12:00, SG

Información docente

Sede	G	Docente	Correo electrónico
Rodrigo Facio	01	Luis Adrián Salazar Solís	lass1_puriscal@hotmail.com
Rodrigo Facio	02	María Luisa Ramírez Santolaya	mlsantolaya@gmail.com
Rodrigo Facio	03	Dennis Céspedes Araya	dennis.cespedes.araya@gmail.com
Caribe	01	Rocío Briceño López	rocio.bl@gmail.com
Pacífico	01	Rosmery Hernández Pereira	rosmery.rhernan@gmail.com
Guanacaste	01	Jaime Calderón Gutiérrez	jcalderong@ice.go.cr

I. Objetivo general

Proporcionar al Estudiante los conocimientos teóricos y prácticos básicos sobre el uso moderno de la tecnología, así como su aplicación, en el contexto competitivo de la Organización en la Economía Digital, así como facilitar en el Estudiante el desarrollo de la autonomía, el pensamiento crítico, actitudes colaborativas, destrezas profesionales y capacidad de autoevaluación.

II. Objetivos específicos

Al finalizar el curso, el estudiantado podrá:

- Identificar aplicaciones modernas de las Tecnologías Digitales para la gestión de la comercialización y venta, a través de medios digitales.
- Conocer sobre diferentes tópicos de actualidad en relación con el uso de las Tecnologías Digitales que le permitan ser parte del proceso de transformación de la Organización hacia el uso intensivo de las tecnologías digitales en el modelo de la Economía Digital.

III. Evaluación

Rubro	Porcentaje	Fecha de aplicación
Evaluaciones cortas, tareas, informes de avance, participaciones y foros.	30%	Todo el ciclo
Proyecto de investigación	30%	
Proyecto final	40%	

Información relevante sobre las evaluaciones:

- **Metodología de curso:**

El curso se impartirá por medio de clases magistrales haciendo una revisión de la literatura especializada en las diferentes unidades temáticas. El desarrollo de la clase se llevará a cabo por medio de análisis y discusión de la bibliografía recomendada en conjunto entre el profesor y el grupo de estudiantes. Para determinar los conocimientos adquiridos por los alumnos, se realizarán evaluaciones prácticas sobre la materia revisada e incluso sobre

los diferentes casos y situaciones discutidos en clase, asignándoles un porcentaje determinado en el apartado *Evaluación* del presente documento.

- **Trabajo de investigación**

Descripción:

Desarrollar la investigación, para su consecuente exposición, presentación, defensa y dinámica de aprendizaje, de un tema relacionado a la Economía Digital.

Dentro de la lista de temas relacionados a la Economía Digital, se pueden considerar:

- Administración de la relación con el cliente.
- La planificación de los recursos empresariales (ERP, CRM, SCM).
- El abastecimiento electrónico (Wal-Mart).
- Aplicaciones de optimización del conocimiento (Carrefour, la ventaja de ser los últimos).
- El panorama de las Redes Sociales.
- Facebook: su aplicación en los negocios.
- Apple: la compañía del milenio.
- ¿Cómo hacer negocios por Internet? (Despegar.com, Open English, Uber, Airbnb).
- Google: administrador global del conocimiento humano. (Google AdSense, Google AdWords, Google Trends).
- Microsoft: un computador en cada casa y en cada oficina.
- Cisco: los arquitectos de Internet.
- LinkedIn: la herramienta de negocios de las redes sociales.
- Ventas por Internet: los casos de Amazon y Alibaba.
- Seguridad y Confianza en Internet. Universidad de Costa Rica
- Sistemas de pago digitales (e-Payment).
- Encadenamientos digitales.
- Modelos de Comercio Electrónico: casos Café Britt, Falabela y KMart.
- Internet de las Cosas (IoT).
- Computación Cognitiva.
- Open Internet.
- Computación Cuántica.
- Minería de Datos y Big Data.
- Inteligencia Artificial.
- Cuarta Revolución Industrial.
- Cada profesor puede proponer temas adicionales.

Otros Contenido del Trabajo de Investigación:

- Introducción (marco teórico).
- Descripción de las fuentes de información empleadas.
- Descripción de la información recopilada.
- Mejores prácticas y resultados de la investigación.
- Conclusiones.

- **Proyecto final**

Diseño y creación de un producto digital, en la forma de una página web prototipo, que incorpore las mejores prácticas y modelos recomendados en materia del comercio electrónico y de los negocios digitales.

Contenido del proyecto final:

Situación Actual (de la Organización, Empresa o Entidad Pública, haciendo énfasis no solo en su situación actual de negocios, sino también de su situación en materia de la utilización y aprovechamiento de las tecnologías digitales):

- Generalidades de la Organización, Empresa o Entidad Pública.
- Análisis de su página web actual (si aplica).

Estudio de la Competencia:

- Benchmarking.
- Análisis FODA.

Estrategia de e-Business:

- Cadena de Valor.
- Mercado Meta.
- Modelo de Negocios.
- Tendencia y/o Categoría de e-Business.
- Plan de Acción (publicidad y promoción digitales).
- Planeación Estratégica (de la página web: corto, mediano o largo plazo).

Prototipo de la Página Web:

- Objetivos de la Página Web.

- Las 7C's: contexto, comercio, conexión, contenido, comunidad, customización y comunicación.
- Presentación del prototipo.
- Descripción del prototipo.

Conclusiones y Recomendaciones.

IV. Cronograma

Semana	Fecha	Tema y contenidos	Actividades y lecturas
1	12/03/18- 18/03/18	Entrega del Plan de Estudio y Contexto. • Análisis de metodología. • Exposición de fechas. • Descripción de actividades. • Introducción al Comercio Electrónico y los Negocios Digitales.	
2	19/03/18- 25/03/18	Tema #1 – Economía Digital. • Panorama general sobre la Economía Digital • Características generales sobre la Economía Digital. • ¿Cómo se usa Internet en los procesos de negocios?	
3	26/03/18- 01/04/18	Semana Santa	
4	02/04/18- 08/04/18	Tema #2 – Comercio Electrónico. • ¿Qué es el Comercio Electrónico? • ¿Qué es un Modelo de Negocios?	
5	09/04/18- 15/04/18	Tema #2 – Comercio Electrónico. • Categorías del Comercio Electrónico: ○ ¿En qué se diferencia el Comercio Electrónico del Comercio Tradicional? ○ ¿Cuál es el proceso de toma de decisiones en el Comercio Electrónico?	
6	16/04/18- 22/04/18	Tema #3 – Del e-Commerce al e-Business. • Nuevos modelos de negocios de la Economía Digital.	

		Desarrollo del modelo de e-Business.
7	23/04/18- 29/04/18	Tema #3 – Del e-Commerce al e-Business. - Implementación de la estrategia de e-Business. - La construcción de la arquitectura de e-Business.
8	30/04/18- 06/05/18	Tema #4 – Las Reglas del e-Business. - Tecnología y estrategia de negocios. - Estructura y flujo de la información. - El nuevo modelo de negocios. - La creación de alianzas flexibles. - La nueva propuesta de valor. - Tecnología e innovación. - Los modelos de negocios reconfigurables. - El nuevo liderazgo de la Economía Digital.
9	07/05/18- 13/05/18	Tema #5 – Tendencias del e-Business. - Tendencia de consumo. - Tendencia de servicio/proceso. - Tendencias organizacionales. - Tendencias en tecnología empresarial.
10	14/05/18- 20/05/18	Presentación de los Trabajos de Investigación.
11	21/05/18- 27/05/18	Tema #6 – Evaluación de la calidad de una página web. - Análisis cuantitativo. - Análisis cualitativo. - Diseño de la página web: - Principios Gestalt.

		○ Herramientas, programas y aplicaciones para el diseño y prototipado de páginas web. ○ Plantillas.
12	28/05/18- 03/06/18	Tema #7 – Quid pro Quo de Internet. • Ventajas de Internet. • Desventajas de Internet. • ¿Por qué hay que estar en Internet? • ¿Tiene la web que necesita? • Las 10 claves para el éxito de una página web.
13	04/06/18- 10/06/18	Tema #8 – Desarrollo del Modelo de e-Business. • ¿Qué esperar? • ¿Cómo cambiar de lo físico a lo digital? • Planeación analítica. • Planeación táctica. • Formulación de la estrategia de e-Business.
14	11/06/18- 17/06/18	Tema #9 – La Estrategia de e-Business. • Objetivo. • Generalidades. • Situación actual. • Estudio de la competencia. • Estrategia de e-Business. • Página web. • Recomendaciones.
15	18/06/18- 24/06/18	Tema #10 – La calidad en Internet. • El problema de la calidad en Internet. • La creación de una página web.

		• Elementos y consideraciones. • Los 5 pasos para la construcción de una página web. • Las 7 Cs.	
16	25/06/18- 01/07/18	Tema #11 – Estrategias de mercadeo en Internet. • Categorías de comunicación digital. • Una buena marca digital. • e-Promoción.	
17	02/07/18- 08/07/18	Presentación de los Proyectos Finales.	
18	09/07/18- 15/07/18	Presentación de los Proyectos Finales.	
19	16/07/18- 23/07/18	Entrega de notas finales Examen de ampliación	La fecha de aplicación del examen de ampliación será comunicada con 5-10 días hábiles de anticipación

V. Bibliografía

- Elsenpeter, R, Velte, J. (2001) *Fundamentos de Comercio Electrónico*. México: McGraw-Hill.
- Fonseca, A. (2014). *Fundamentos del E-Commerce, Tu Guía de Comercio Electrónico y negocios online*.
- Kalakota, R, Robinson M. (2000). *Del e-commerce al e-business*, México: Editorial Addison Wesley.
- Laudon, K. & Guercio, T. (2009). *E-Commerce: negocios, tecnología, sociedad* (4ta ed.). México, México: Pearson.
- McLeod, R. (2000). *Sistemas de Información Gerencial*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Biblioteca Digital Mundial* Recuperado de: <http://www.wdl.org/es/>
- Rayport, J. (2003). *e-Commerce*. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, México, 2003
- Stair, R., Reynolds, G. (2000). *Principios de Sistemas de Información*. Cuarta Edición México: International, Thomson Editores.
- The World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD):
<http://r0.unctad.org/tft2012/elearning.html>.
- Viceministerio de Telecomunicaciones: <http://www.telecom.go.cr/>.
- Weber, L. (2009). *Marketing en las redes sociales*. México, México: McGrawHill.Larry

VI. Información adicional

Sobre la atención a estudiantes. La persona estudiante podrá contactar con la persona docente a través de diversos canales como la atención personal, por correo electrónico, por medio del entorno virtual o cualquier otro que se defina a estos efectos.

Sobre la nota final. Se establece en escala de 0 a 10, de acuerdo con el rendimiento en el curso. Las personas con nota final igual o superior a 6,75 se consideran aprobadas, aquellas con nota final entre 5,75 y 6,74 tienen el derecho de rendir una prueba de ampliación y con nota inferior o igual a 5,74 se consideran reprobadas.

Sobre la reposición de pruebas. El artículo 24 del Régimen Académico Estudiantil de la Universidad de Costa Rica establece lo siguiente:

Artículo 24. Cuando el estudiante se vea imposibilitado, por razones justificadas, para efectuar una evaluación en la fecha fijada, puede presentar una solicitud de reposición a más tardar en cinco días hábiles a partir del momento en que se reintegre normalmente a sus estudios. Esta solicitud debe presentarla ante el profesor que imparte el curso, adjuntando la documentación y las razones por las cuales no pudo efectuar la prueba, con el fin de que el profesor determine, en los tres días hábiles posteriores a la presentación de la solicitud, si procede una reposición. Si esta procede, el profesor deberá fijar la fecha de reposición, la cual no podrá establecerse en un plazo menor de cinco días hábiles contados a partir del momento en que el estudiante se reintegre normalmente a sus estudios. Son justificaciones: la muerte de un pariente hasta de segundo grado, la enfermedad del estudiante u otra situación de fuerza mayor o caso fortuito. En caso de rechazo, esta decisión podrá ser apelada ante la dirección de la unidad académica en los cinco días hábiles posteriores a la notificación del rechazo, según lo establecido en este Reglamento.

Sobre el plagio. Plagiar y copiar están contemplados en Reglamento de Orden y Disciplina de los Estudiantes de la Universidad de Costa Rica, y se consideran faltas muy grave y grave, con una suspensión de la condición de estudiante de seis meses a seis años calendario y de 15 días a seis meses a seis meses, respectivamente.