



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE AGUASCALIENTES

Centro de Ciencias Empresariales

Lic. en Comercio Electrónico

🎓	Título:	Lic. en Comercio Electrónico
✍️	Plan:	2019
📊	Carrera:	87
🕒	Duración:	9 semestres
★	Créditos:	339 créditos
📖	Modalidad:	Presencial
📍	Lugar de impartición:	Campus Sur



## OBJETIVO

Formar Licenciados en Comercio Electrónico que identifiquen y satisfagan las necesidades económicas de las empresas a través de la eficiente gestión del e-Commerce, mediante diversos intermediarios electrónicos, plataformas transaccionales y herramientas digitales para comercializar de forma segura productos físicos y virtuales, a través de la implementación de estrategias electrónicas para la arquitectura de marca y posicionamiento online; así como la administración de recursos humanos, tecnológicos, económicos y de información que promuevan el desarrollo de sitios virtuales caracterizados por su rentabilidad, sustentabilidad y rendimiento optimizado de acuerdo al entorno de los mercados y necesidades sociales. Desde una perspectiva ética, humanista, autónoma, de calidad y responsabilidad social.

## PERFIL DE INGRESO

“El aspirante deberá cumplir el proceso y los requisitos señalados por el Reglamento General de Docencia vigente” (UAA, 2015, p. 11)

- Negociación y conciliación en el trabajo.
- Actitudes emprendedoras.
- Buena planeación y organización de sus actividades.
- Apertura hacia la innovación y el cambio.
- Facilidad para el manejo de tecnologías de la información y comunicación.
- Iniciativa y liderazgo en la resolución de problemas.
- Tener espíritu creativo.
- Disposición para el trabajo en equipo.
- Mostrar disciplina y autonomía.

## PERFIL DEL EGRESADO

### Habilidades para:

- Implementar plataformas electrónicas transaccionales que se adaptan a las nuevas tendencias tecnológicas de diversos intermediarios y pasarelas de pago.
- Desarrollar planes de negocio a través de plataformas electrónicas que sistematicen su control y legalidad de los datos que fundamentan el proceso de toma de decisiones.
- Gestionar la arquitectura de marca de productos físicos y virtuales, así como desarrollar campañas de publicidad online que permitan su posicionamiento y comercialización electrónica.
- Seleccionar los métodos de pago y envío considerando el modelo y características de negocio electrónico para garantizar un e-CRM rentable y de confianza al usuario.
- Desarrollar las estrategias logísticas para gestionar eficientemente la cadena de abastecimiento y suministro en la comercialización electrónica.
- Elaborar estudios del comportamiento de los compradores digitales y con base en los resultados crear campañas de marketing electrónico.
- Seleccionar la infraestructura tecnológica que gestione la conectividad de redes electrónicas en la utilización de arquitectura Web de tiendas electrónicas del e-Commerce.
- Seleccionar y configurar las herramientas de almacenamiento de información adecuadas para la implementación del Big Data y computo en la nube.
- Implementar estrategias y herramientas tecnológicas que garanticen la seguridad en e-Commerce.
- Aplicar instrumentos de auditoría informática para garantizar el correcto funcionamiento y visualización del contenido de las tiendas electrónicas.
- Utilizar eficientemente plataformas y herramientas de e-Commerce basadas en el idioma inglés.

## PERFIL DEL EGRESADO

### Conocimientos:

- Fundamentos y administración de modelos de negocios electrónicos (B2C, B2B, B2G) para la gestión de tipología de pasarelas de pago y su aplicación en el diseño de plataformas de e-Commerce.
- Métodos y técnicas de los negocios en el e-Commerce para la recolección y analítica de datos, así como su legislación para la toma de decisiones en organizaciones públicas y privadas.
- Teoría de arquitectura de marca y estrategias de branding electrónico para el posicionamiento online.
- Fundamentos de sistemas y métodos de pagos para su implementación en tiendas electrónicas de acuerdo a los modelos de negocios electrónicos.
- Principios de Tecnologías de información y comunicación aplicada a la logística de envío y distribución de productos físicos y virtuales, así como administración y sincronización de inventarios físicos y online.
- Teoría del comportamiento del comprador digital con base en el análisis e interpretación de la información para realizar estrategias de marketing electrónico.
- Fundamentos de programación y arquitectura Web de contenido estático y dinámico y configuración de redes electrónicas para la gestión de tecnologías servidor, aplicaciones móviles e internet de las cosas.
- Fundamentos de sistemas de información y modelos de almacenamiento digitales para la gestión de herramientas del Big Data en e-Commerce y computo en la nube.
- Métodos y estrategias para la protección, confidencialidad y seguridad en el manejo de la información en línea.
- Fundamentos y metodologías de las herramientas informáticas para la gestión de auditorías en la tienda electrónica.
- Idioma inglés básico para su desempeño profesional

## ACTITUDES

- Analítica
- Creativo
- Emprendedor
- Negociador
- Adaptable
- Colaborativo
- Ética

## VALORES

- Autonomía
- Calidad
- Humanismo
- Innovación
- Pluralismo
- Responsabilidad social
- Igualdad y equidad



## CAMPO DE TRABAJO

El Licenciado en Comercio Electrónico ejecuta su profesión en áreas de Comercio Electrónico, gestión de tecnologías de información, administración de negocios electrónicos, entre otros, tanto del sector comercial, industrial y de servicios, así sean empresas privadas o públicas e instituciones sin fines de lucro.

- Director en Comercio Electrónico
- Consultor de Negocios Electrónicos
- Gerente de tiendas electrónicas
- Responsable de posicionamiento online dentro de las organizaciones
- Administrador de social media
- Gerente de desarrollo web y aplicaciones móviles para e-Commerce
- Analista de métricas e inteligencia de datos
- Consultor en seguridad digital en transacciones comerciales
- Empresario

# Mapa Curricular Lic. en Comercio Electrónico



Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Formación Humanista

Servicio Social  
(Curso de inducción)

Programa Institucional de Servicio Social

Prácticas Profesionales  
(Curso de Inducción)

Prácticas Profesionales

## Requisitos de Egreso y Titulación

Materias Obligatorias  
Materias Optativas Profesionalizantes

**327 créditos**  
**12 créditos**

Programa Institucional de Formación Humanista  
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras  
Programa Institucional de Servicio Social  
Programa Institucional de Prácticas Profesionales  
Examen de Egreso

**9 créditos** <sup>1</sup>  
**Acreditar**  
**500 horas**  
**240 horas** <sup>2</sup>  
**1 examen**

<sup>1</sup>Con base en la aprobación del Programa Institucional de Formación Humanista por parte del H. Consejo Universitario el día 15 de diciembre de 2011, donde se establece que los contenidos de este requisito de titulación pueden ser incluidos en los Planes de Estudio, y atendiendo la tipología de PRODEP, respecto a los Programas científico-práctico (CP). Cuyos egresados se dedicarán en su mayoría a la práctica profesional. Sus planes de estudio tienen una proporción considerable de cursos orientados a comunicar las experiencias prácticas y otra, también significativa, de cursos básicos de ciencias o de humanidades. Ejemplos de estos programas son las licenciaturas en las ingenierías, la medicina y algunas ciencias sociales como la economía. Los estudiantes que cursen este Plan de Estudios, darán cumplimiento a los 9 créditos que contempla el Programa de la siguiente forma:

- 3 créditos a través de los contenidos de las materias de: Fundamentos de e-Commerce, Gestión fiscal digital, Mercadotecnia básica, Redacción Básica, Métodos y técnicas de investigación, Compradores Digitales, Fundamentos de Negocios Electrónicos, Fotografía comercial digital, Administración, Pensamiento matemático, Elementos de Derecho, Operaciones Financieras, Políticas fiscales electrónicas, Gestión de marcas en el e- Commerce, Gestión de tiendas electrónicas, Microeconomía, Administración de e-Business, Probabilidad y Estadística, Ética Profesional, E-Commerce Agroalimentario.

- 6 créditos que deberán acreditar del primero al cuarto semestre a través del resto de las modalidades que plantea el PIFH: Cursos, actividades personales y/o eventos validados por el Centro Académico ante el DAFI.

<sup>2</sup> Se cumplirá este requisito a través de la modalidad: Proyecto en Unidad Receptora vinculado a una materia: Proyecto Integral en e- Commerce en noveno semestre.