

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 DEL ASPIRANTE:

“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:

CONOCIMIENTOS:

1. 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.
2. 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.
3. Teoría de arquitectura de marca y estrategias de branding electrónico para el posicionamiento online.
4. Fundamentos de sistemas y métodos de pagos para su implementación en tiendas electrónicas de acuerdo a los modelos de negocios electrónicos.
5. 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.
6. Teoría del comportamiento del comprador digital con base en el análisis e interpretación de la información para realizar estrategias de marketing electrónico.
7. 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.
8. 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.
9. Métodos y estrategias para la protección, confidencialidad y seguridad en el manejo de la información en línea.
10. Fundamentos y metodologías de las herramientas informáticas para la gestión de auditorías en la tienda electrónica.
11. Idioma inglés básico para su desempeño profesional

HABILIDADES:

1. Implementar plataformas electrónicas transaccionales que se adaptan a las nuevas tendencias tecnológicas de diversos intermediarios y pasarelas de pago.
2. 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.

3. Gestionar la arquitectura de marca de productos físicos y virtuales, así como desarrollar campañas de publicidad online que permitan su posicionamiento y comercialización electrónica.
4. 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.
5. Desarrollar las estrategias logísticas para gestionar eficientemente la cadena de abastecimiento y suministro en la comercialización electrónica.
6. Elaborar estudios del comportamiento de los compradores digitales y con base en los resultados crear campañas de marketing electrónico.
7. Seleccionar la infraestructura tecnológica que gestione la conectividad de redes electrónicas en la utilización de arquitectura Web de tiendas electrónicas del e-Commerce.
8. Seleccionar y configurar las herramientas de almacenamiento de información adecuadas para la implementación del Big Data y computo en la nube.
9. Implementar estrategias y herramientas tecnológicas que garanticen la seguridad en e-Commerce.
10. Aplicar instrumentos de auditoría informática para garantizar el correcto funcionamiento y visualización del contenido de las tiendas electrónicas.
11. Utilizar eficientemente plataformas y herramientas de e-Commerce basadas en el idioma inglés.

ACTITUDES:

1. Analítica
2. Creativo
3. Emprendedor
4. Negociador
5. Adaptable
6. Colaborativo
7. Ética

VALORES:

1. Autonomía
2. Calidad
3. Humanismo
4. Innovación
5. Pluralismo
6. Responsabilidad social
7. 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

DURACIÓN:

Nueve semestres.

PLAN DE ESTUDIOS

**PLAN 2019
CARRERA 87**

Primer Semestre	T	P	C	CENTRO	DEPARTAMENTO
Fundamentos del e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Gestión fiscal digital	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Mercadotecnia básica	3	2	8	CCEA	Mercadotecnia
Redacción Básica	2	2	6	CCAC	Letras
Métodos y técnicas de investigación	3	2	8	CSyH	Educación
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras					
Programa Institucional de Formación Humanista					
Segundo Semestre					
Compradores Digitales	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Fundamentos de Negocios Electrónicos	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Fotografía comercial digital	2	3	7	CSyH	Comunicación
Administración	3	2	8	CCEA	Administración
Pensamiento Matemático	3	2	8	CCB	Mat. y Física
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras					
Programa Institucional de Formación Humanista					
Tercer Semestre					
Post producción de medios digitales I	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Plan de social media en el e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Elementos de Derecho	4	1	9	CSyH	Derecho
Operaciones Financieras	2	3	7	CCEA	Finanzas
Administración y diseño web	2	3	7	CCB	Sist. de Información
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras					
Programa Institucional de Formación Humanista					
Cuarto Semestre					
Post producción de medios digitales II	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Implantación y operación del e-Business	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Políticas fiscales electrónicas	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Programación de desarrollo web	2	3	7	CCB	Sist. Electrónicos
Redes de cómputo para e-Commerce	2	3	7	CCB	Sist. Electrónicos
Programa Institucional de Lenguas Extranjeras					
Programa Institucional de Formación Humanista					
Quinto Semestre					
Gestión de marcas en el e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Posicionamiento digital	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Gestión de tiendas electrónicas	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Bases de datos para e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Microeconomía	3	2	8	CCEA	Economía
Sexto Semestre					
Transacciones en e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Métricas en el e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Administración de e-Business	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Probabilidad y Estadística (EST-B21)	3	2	8	CCB	Estadística
Administración de base de datos	1	4	6	CCB	Sist. de Información
Programa Institucional de Servicio Social (Curso de inducción)					
Séptimo Semestre					
Tendencias en e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
E-Commerce móvil	2	3	7	CCE	Comercio Electrónico
Gestión digital comercial	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Big data para e-Commerce	2	3	7	CCE	Comercio Electrónico
Sistemas operativos y servicios en red	2	3	7	CCB	Sist. Electrónicos
Optativa profesionalizante I	-	-	-	-	-
Programa Institucional de Servicio Social					

Centro de Ciencias Empresariales

Lic. en Comercio Electrónico

Octavo Semestre

Viabilidad tecnológica del e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Auditoría de e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Seguridad en e-Commerce	3	2	8	CCE	Comercio Electrónico
Ética Profesional	2	2	6	CSyH	Filosofía
E-Commerce Agroalimentario	3	2	8	CCE	Agronegocios
Optativa profesionalizante II	-	-	-	-	-
Programa Institucional de Servicio Social					
Programa Institucional de Prácticas Profesionales (Curso de Inducción)					

Noveno Semestre

Proyecto Integral en e-Commerce ¹	0	20	20	CCE	Comercio Electrónico
Programa Institucional de Servicio Social					
Programa Institucional de Prácticas Profesionales					

REQUISITOS DE TITULACIÓN

Los requisitos de titulación se especificarán con base en el artículo 156 del Reglamento General de Docencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes. En este punto se deberá citar lo siguiente:

“Una vez acreditadas todas las materias y requisitos señalados en el plan de estudios de las carreras de nivel técnico, técnico superior y licenciatura, el egresado podrá solicitar la expedición de su título en el Departamento de Control Escolar, luego de cumplir con los siguientes elementos:

- I.- Haber cumplido con los requisitos de Servicio Social, Formación Humanista, Prácticas Profesionales y Lenguas Extranjeras, definidos en los programas institucionales;
- II.- Comprobar que no se tiene adeudo alguno con la Universidad Autónoma de Aguascalientes; III.- Haber cubierto la cuota establecida en el plan de arbitrios para la obtención del título; y
- IV.- Haber presentado el examen de egreso²”.

¹ En esta materia se liberarán 240 horas del Programa Institucional de Prácticas Profesionales.

² Aprobado por el Honorable Consejo Universitario en sesión ordinaria celebrada el día 15 de diciembre de 2011.