



Programa de asignatura por competencias de educación superior

Sección I. Identificación del Curso

Tabla 1. Identificación de la Planificación del Curso.

Actualización:	Marzo 30, 2022				
Carrera:	Ingeniería en Diseño Electrónico y Sistemas Inteligentes	Asignatura:	Modelo de negocios		
Academia:	Ciencias Sociales Económico-Administrativas /	Clave:	19SCEA03		
Módulo formativo:	Ciencias Económico Administrativas	Seriación:	- -		
Tipo de curso:	Presencial	Prerrequisito:	-		
Semestre:	Sexto	Créditos:	4.50	Horas semestre:	72 horas
Teoría:	2 horas	Práctica:	1 hora	Trabajo indpt.:	1 hora
				Total x semana:	4 horas

Sección II. Objetivos educacionales

Tabla 2. Objetivos educacionales

Objetivos educacionales		Criterios de desempeño	Indicadores
OE2	Los egresados implementarán proyectos especializados en sistemas complejos de control y electrónicos en organizaciones públicas o privadas.	Conocerán e implementarán las teorías de gestión y dirección aplicadas a proyectos.	50% de los egresados conocerán diferentes teorías de gestión y dirección de proyectos
OE3	Los egresados resolverán problemas en el ámbito industrial con el desarrollo de proyectos de sistemas electrónicos.	Conocerán e implementarán las metodologías de análisis y diseño de sistemas electrónicos.	30% de los egresados analizarán un sistema electrónico.
OE4	Los egresados se integrarán de manera satisfactoria en el ámbito laboral en las áreas de electrónica del sector público o privado.	Se integrarán al ámbito laboral a través de las estadías profesionales, trabajando de manera colaborativa en el desarrollo de proyectos.	30% de los egresados trabajarán de forma colaborativa en el desarrollo de proyectos en el sector público.
OE5	Los egresados aplicarán y administrarán sistemas electrónicos y de control de manera ética, con responsabilidad social para contribuir al desarrollo sustentable.	Conocerán e implementarán modelos de sistemas electrónicos y de control.	30% de los egresados aplicarán modelos de sistemas electrónicos o de control.
OE6	Los egresados se integrarán a redes de colaboración públicas o privadas para el desarrollo de proyectos tecnológicos nacionales e internacionales.	Se integrarán al trabajo colaborativo en instancias públicas (Conacyt) o privadas mediante las estadías, las materias de proyecto y el intercambio con otras instituciones.	30% de los egresados trabajarán de forma colaborativa en instancias públicas como Conacyt desarrollando proyectos.
Atributos de egreso de plan de estudios		Criterios de desempeño	Componentes
AE5	Reconocer el impacto de la responsabilidad ética y social en la implementación de nuevos procesos de manufactura para el diseño de sistemas electrónicos siguiendo la normativa nacional e internacional con pleno respeto al medio ambiente.	Integrará los elementos básicos de un modelo de negocios, así mismo tomará en cuenta la privacidad de los datos, los derechos de autor, los aspectos éticos, políticos y de seguridad en el comercio electrónico.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios. 2. Elementos básicos en los modelos de negocios. 3. Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico.



Continuación: Tabla 2. Objetivos educacionales (continuación)

No.	Atributos de egreso de plan de estudios	Criterios de desempeño	Componentes
AE6	Reconocer la mejora continua como parte de su desarrollo profesional para diseñar e implementar sistemas analógicos y/o digitales y resolver problemas dentro del campo de la electrónica.	Evaluará y apreciará la necesidad de estar actualizándose cada día en el ámbito relacionado con la gobernanza y las políticas sobre el comercio electrónico, de igual manera de los aspectos de seguridad pública que continuamente están cambiando en relación con las NTIC.	<ol style="list-style-type: none">1. Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios.2. Elementos básicos en los modelos de negocios.3. Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico.

Sección III. Atributos de la asignatura

Tabla 3. Atributos de la asignatura

Problema a resolver		
- Apropiar los conocimientos y habilidades para emprender sus propios negocios y pasar de ser empleados a empleadores.		
Atributos (competencia específica) de la asignatura		
Integrará los conceptos aprendidos; a partir de identificar y comparar los Modelos de Negocios en la nueva economía, describiendo los escenarios presentes y futuros de los nuevos modelos de negocios considerando el contexto del mercado global y el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)		
Aportación a la competencia específica		Aportación a las competencias transversales
Saber	Saber hacer	Saber Ser
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los modelos de negocio en la nueva economía y características. - Describir clases y tipos de nuevos negocios. - Distinguir los mecanismos para implementar un nuevo negocio - Describir los escenarios presente y futuros de los negocios considerando el contexto del mercado y sus ventajas y oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comparar los negocios tradicionales y los nuevos negocios considerando los nuevos espacios demográficos y geográficos. - Realizar análisis de los nuevos negocios por sectores que conforman el mercado y las NTIC. - Aplicar los conocimientos en la práctica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para trabajar en equipo. - Desarrollar capacidades de innovación y actitud emprendedora. - Desarrollar la capacidad de comunicación efectiva.
Producto integrador de la asignatura, considerando los avances por unidad		
Elaboración de un modelo de negocio considerando las nuevas tecnologías y el mercado global "E-commerce" con la integración de los conceptos aprendidos, a partir de la definición, descripción y análisis de los modelos de negocios en la nueva economía.		

Sección IV. Desglose específico por cada unidad formativa

Tabla 4.1. Desglose específico de la unidad "Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios."

Número y nombre de la unidad: 1. Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios.							
Tiempo y porcentaje para esta unidad:		Teoría:	12 horas	Práctica:	6 horas	Porcentaje del programa:	33.33%
Aprendizajes esperados:		- Evaluar modelos de negocios para diseñar procesos innovadores orientados a crear ventajas competitivas, considerando las condiciones actuales del mercado.					
Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad (Evidencia de aprendizaje de la unidad)			
1.1 Modelo de Negocios. 1.1.1 Concepto de Modelo de Negocios. 1.2 Tipos de Modelo de Negocios. 1.2.1 Fabricante 1.2.2 Distribuidor. 1.2.3 Tienda minorista. 1.2.4 Modelo de franquicias. 1.2.5 Aditivos. 1.2.6 Multiplicativos. 1.2.7 Exponenciales 1.3 Negocios Tradicionales y Nuevos Negocios. 1.3.1 Características de los negocios tradicionales. 1.3.2 Características de los nuevos negocios 1.2 Tipos de Modelo de Negocios. 1.2.1 Fabricante 1.2.2 Distribuidor. 1.2.3 Tienda minorista.	Saber: - Identificar los diferentes enfoques teóricos dentro de los modelos de negocios. - Describir e identificar los aportes y cambios importantes que se han realizado en los modelos de negocios en la nueva economía. Saber hacer: - Evaluar los diferentes enfoques teóricos dentro de los modelos de negocios, así mismo de cómo se presentan en la nueva economía, sus características y	- Videos. - Discusión guiada. -Exposición docente con apoyo de material de estudio. - Investigación en Internet, libros y revistas. - Mapa conceptual. - Tormenta de ideas.	Evaluación formativa: - Actividades. - Avance de idea de modelo de negocio. - Instrumentos de evaluación: lista de cotejo o rúbrica. Evaluación sumativa: - Idea de modelo de negocio. -Examen escrito.	Generación de la idea de modelo de negocio.			



Continuación: Tabla 4.1. Desglose específico de la unidad "Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios."

Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad
1.2.4 Modelo de franquicias. 1.2.5 Aditivos. 1.2.6 Multiplicativos. 1.2.7 Exponenciales. 1.3 Negocios Tradicionales y Nuevos Negocios. 1.3.1 Características de los negocios tradicionales. 1.3.2 Características de los nuevos negocios 1.3.3 Pasos para migrar un negocio tradicional a uno electrónico. 1.4 Comercio Electrónico y Negocios en Línea. 1.4.1 Qué es el comercio electrónico. 1.4.2 Qué son negocios en línea. 1.4.3 Diferencias entre comercio electrónico y negocios en línea. 1.5 Tipos de Comercio electrónico. 1.5.1 Comercio electrónico B2B. 1.5.2 Comercio electrónico B2C. 1.5.3 Comercio electrónico B2E. 1.5.4 Comercio electrónico C2C. 1.5.5 Comercio electrónico G2C.	tendencias, tomando en cuenta el comercio electrónico y negocios en línea. - Generar una idea de modelo de negocio. Ser: - En los materiales y en su exponer, debe mostrar una postura responsable y de conciencia hacia su actuar.			
Bibliografía				
- Ildelfonso, E.; Abascal, E. (2007). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. Madrid: Editorial ESIC. - D'Astous, A.; Sanabria, R.; Pierre, S. (2002). Investigación de Mercados. Bogota?: Editorial NORMA.				



Continuación: Tabla 4.1. Desglose específico de la unidad "Conceptos básicos, clasificación y características de los modelos de negocios."

Bibliografía

- Laudon, K.; Laudon, J. (2008). Sistemas de información Gerencial, administración de la empresa digital. México, D.F: Editorial Pearson.
- Laudon, K.; Laudon, J. (2014). E-commerce. Negocios, tecnología, sociedad. México, D.F...: Editorial Pearson.
- Clark, T.; Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de Negocio. Barcelona: Deusto.

Sección IV. Desglose específico por cada unidad formativa

Tabla 4.2. Desglose específico de la unidad "Elementos básicos en los modelos de negocios."

Número y nombre de la unidad: 2. Elementos básicos en los modelos de negocios.							
Tiempo y porcentaje para esta unidad:		Teoría:	12 horas	Práctica:	6 horas	Porcentaje del programa:	33.33%
Aprendizajes esperados:		- Analizar los elementos básicos de un modelo de negocios, para establecer las pautas a seguir para atraer clientes, definir ofertas de productos e implementar estrategias vinculadas a la configuración de los recursos de una compañía.					
Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad (Evidencia de aprendizaje de la unidad)			
2.1 Segmento de Mercado. 2.1.1 Características de la segmentación de mercado. 2.1.2 Tipos de segmentación de mercado. 2.1.3 Proceso de segmentación de mercado. 2.2 Propuesta de Valor. 2.2.1 Puntos clave de una propuesta de valor. 2.2.2 Como transmitir el valor del valor de producto o servicio a tus clientes. 2.2.3 Elementos que componen la oferta de valor. 2.3 Canales de Distribución. 2.3.1 Funciones de los canales de distribución. 2.3.2 Tipos de canales de distribución.	Saber: - Describir los elementos que forman el plan de mercado de una empresa para el diseño de su modelo de negocios. Saber hacer: - Seleccionar y utilizar las herramientas y estrategias necesarias en el desarrollo del plan de mercado de una empresa Ser: - Toma conciencia en el manejo correcto de las herramientas y estrategias en beneficio del correcto modelo de negocios.	- Discusión guiada. - Exposición docente del material de estudio. - Investigación en internet, libros y revistas.	Evaluación formativa: - Actividades. - Avance de modelo de negocios Canvas. - Instrumentos de evaluación: lista de cotejo o rúbrica. Evaluación sumativa: - Proyecto. - Examen escrito.	- Proyecto de modelo de negocios Canvas.			



Continuación: Tabla 4.2. Desglose específico de la unidad "Elementos básicos en los modelos de negocios."

Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad
2.3.3 Según la longitud del canal de distribución. 2.3.4 Según la tecnología. 2.3.5 Según la forma de organización. 2.4 Relaciones con Clientes. 2.4.1 Conocimiento del cliente. 2.4.2 Ventajas y desventajas de gestionar relaciones con el cliente. 2.4.3 Pasos para construir mejores relaciones con el cliente. 2.4.4 Medición de satisfacción con el cliente. 2.5 Flujo de Ingresos. 2.5.1 Que es el flujo de efectivo. 2.5.2 Estructura del estado del flujo de efectivo. 2.5.3 Importancia del flujo de efectivo.				
Bibliografía				
<ul style="list-style-type: none"> - Ildelfonso, E.; Abascal, E. (2007). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. Madrid: Editorial ESIC. - D'Astous, A.; Sanabria, R.; Pierre, S. (2002). Investigación de Mercados. Bogota?: Editorial NORMA. - Laudon, K.; Laudon, J. (2008). Sistemas de información Gerencial, administración de la empresa digital. México, D.F: Editorial Pearson. - Laudon, K.; Laudon, J. (2014). E-commerce. Negocios, tecnología, sociedad. México, D.F.: Editorial Pearson. - Clark, T.; Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de Negocio. Barcelona: Deusto. 				

Sección IV. Desglose específico por cada unidad formativa

Tabla 4.3. Desglose específico de la unidad "Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico."

Número y nombre de la unidad: 3. Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico.							
Tiempo y porcentaje para esta unidad:		Teoría:	12 horas	Práctica:	6 horas	Porcentaje del programa:	33.33%
Aprendizajes esperados:		- Describir la manera en que las características y los servicios de Internet y la web sustentan el comercio electrónico, así mismo, reconocer los principales aspectos éticos, sociales y políticos que surgen con el comercio electrónico.					
Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad (Evidencia de aprendizaje de la unidad)			
3.1 Internet y Web: características y servicios. 3.1.1 Antecedentes de la tecnología internet. 3.1.2 Futuro de la infraestructura de internet. 3.2 Aplicaciones Móviles. 3.2.1 Plataformas para el desarrollo de aplicaciones móviles. 3.2.2. Mercado de las aplicaciones. 3.3 Aspectos, éticos, sociales y políticos del Comercio Electrónico. 3.3.1 Un modelo para la organizar los temas. 3.3.2 Conceptos básicos: responsabilidad, imputabilidad y obligatoriedad 3.3.3 Principios éticos. 3.4 Derechos de la privacidad de la información.	Saber: - Identificar los aspectos políticos y sociales en el comercio electrónico con base en los estándares y criterios específicos sobre los aspectos de seguridad y bienestar social que afectan al comercio electrónico. Saber hacer: - Presentar un proyecto de modelo de negocios sustentado en las características de los servicios de internet y la web, así como	- Exposición por equipo. - Exposición docente del material de estudio. - Investigación en internet, libros y revistas. - Discusión guiada.	Evaluación formativa: - Actividades. - Avance de proyecto. - Instrumentos de evaluación: lista de cotejo o rúbrica. Evaluación sumativa: - Proyecto. - Examen escrito.	Proyecto: Presentación de E-commerce.			



Continuación: Tabla 4.3. Desglose específico de la unidad "Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico."

Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad
<p>3.4.1 Información obtenida en sitios de comercio electrónico.</p> <p>3.4.2 Redes sociales y privacidad.</p> <p>3.4.3 Internet y la invasión gubernamental de la privacidad: vigilancia del comercio electrónico.</p> <p>3.4.4 Protecciones legales.</p> <p>3.5 Derechos de propiedad intelectual.</p> <p>3.5.1 Tipos de protección de propiedad intelectual.</p> <p>3.5.2. Derechos de autor: el problema de las copias perfectas y el cifrado.</p> <p>3.5.3 La ley milenio del derecho de autor digital.</p> <p>3.5.4 Patentes: métodos y procesos de negocios.</p> <p>3.5.5 Las patentes en el comercio electrónico.</p> <p>3.6 Gobernanza.</p> <p>3.6.1 ¿Quién gobierna Internet y el comercio electrónico?</p> <p>3.6.2 El gobierno público y la ley.</p> <p>3.6.3 Gravámenes</p> <p>3.7 Seguridad y Bienestar Públicos.</p> <p>3.7.1 Protección de los niños.</p> <p>3.7.2 Una perspectiva sobre la sociedad.</p>	<p>los elementos que debe contener un modelo de negocios integrando y combinando los aspectos éticos y políticos, seleccionando los elementos de los derechos de privacidad de la información y propiedad intelectual apoyado en los aspectos de seguridad pública.</p> <p>- Presentar un reporte de investigación con las principales características y sustentos de los servicios de internet y la web aplicados en los modelos de negocios.</p> <p>Ser:</p> <p>- Toma conciencia de actuar y su compromiso ético en el diseño y desarrollo de su modelo de negocios.</p> <p>- Valorar los aspectos políticos y sociales en el comercio electrónico con base en los estándares y criterios específicos sobre los aspectos de seguridad y bienestar</p>			



Continuación: Tabla 4.3. Desglose específico de la unidad "Infraestructura y aspectos éticos y políticos en el comercio electrónico."

Temas y subtemas (secuencia)	Criterios de desempeño	Estrategias didácticas	Estrategias de evaluación	Producto Integrador de la unidad
	social que afectan al comercio electrónico.			

Bibliografía

- Ildefonso, E.; Abascal, E. (2007). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. Madrid: Editorial ESIC.
- D'Astous, A.; Sanabria, R.; Pierre, S. (2002). Investigación de Mercados. Bogota?: Editorial NORMA.
- Laudon, K.; Laudon, J. (2008). Sistemas de información Gerencial, administración de la empresa digital. México, D.F: Editorial Pearson.
- Laudon, K.; Laudon, J. (2014). E-commerce. Negocios, tecnología, sociedad. México, D.F.: Editorial Pearson.
- Clark, T.; Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de Negocio. Barcelona: Deusto.



V. Perfil docente

Tabla 5. Descripción del perfil docente

Perfil deseable docente para impartir la asignatura
Carrera(s): - Licenciatura en Administración.
- Licenciatura en Administración de Empresas.
- Licenciatura en Comercio Exterior.
- Licenciatura en Negocios internacionales.
- Licenciatura en Mercadotecnia.
- Licenciatura en Negocios y Administración.
- Licenciatura en Negocios Internacionales.
- Licenciatura en Negocios.
- Licenciatura en Administración y Gestión de negocios.
- Licenciatura en Relaciones comerciales.
- Licenciatura en Relaciones comerciales internacionales.
- Licenciatura en Administración y Dirección empresarial.
- Licenciatura en Administración de negocios con concentración en logística y procesos.

- Licenciatura en Administración y Desarrollo empresarial.
- Licenciatura en Administración de negocios internacionales.
- Licenciatura en Administración de negocios y comercio internacional.
- Licenciatura en Agronegocios internacionales.
- Licenciatura en Negocios internacionales y aduanales.

o carrera afín

- Mínimo 5 años en las organizaciones y/o industria.
- Experiencia mínima de dos años
- Mínimo Maestría relacionada con el área de conocimiento.