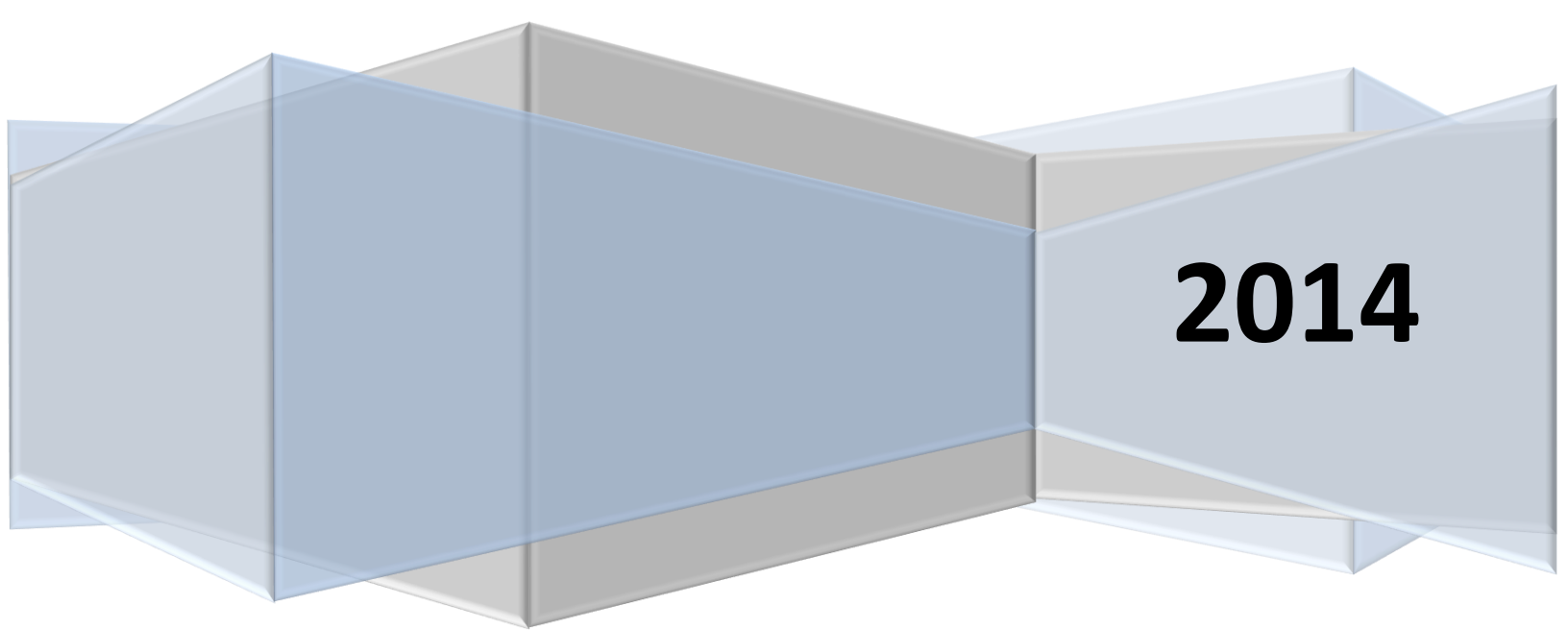


Manual de Facilitadores

Ejecutivo en línea

Identificación de negocios digitales



2014

Índice

<u>Certificados</u>	3
<u>Certificado de Gestión avanzada en tecnologías de información</u>	4
<u>Competencia del curso</u>	5
<u>Metodología del curso</u>	6
<u>Evidencia</u>	7
<u>Evaluación</u>	9
<u>Notas de enseñanza por tema</u>	9

Certificados

Para entender la importancia del curso del cual será Facilitador, es necesario que tenga un contexto sobre los certificados.

Tradicionalmente se veía el inicio de una carrera profesional como un conjunto de **ciencias básicas** para las licenciaturas (administración, contabilidad y economía) y otro conjunto para las ingenierías (matemáticas, física y química). Enseguida se partía hacia materias más específicas de acuerdo al perfil del **Egresado**.

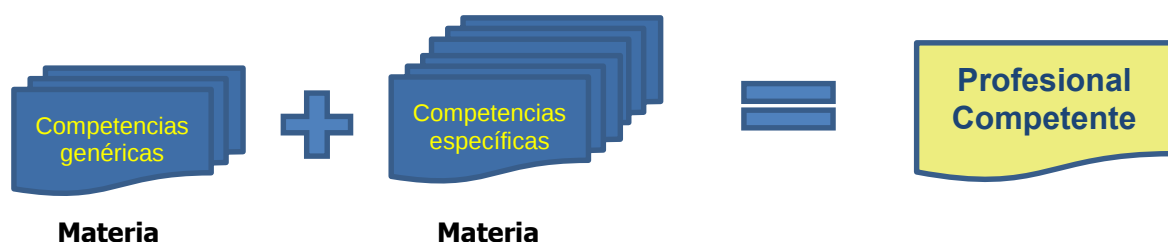
Otra forma de identificarlo es agrupar el “tronco común”, para después cursar las materias de la especialidad.

Es decir, comenzamos con Conocimiento **General**, para luego avanzar hacia Conocimiento **Específico**.

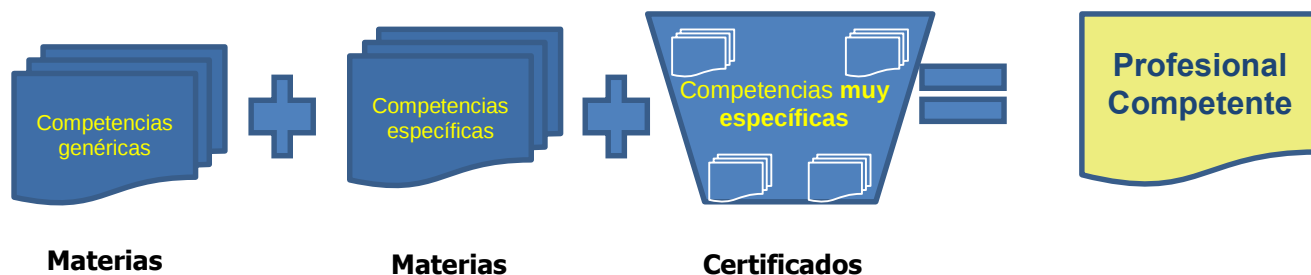


Con el enfoque en **competencias**, se busca que los egresados de profesional, además de **saber** (tener el conocimiento teórico), sean **capaces de hacer** (tener la habilidad de realizar una tarea) y **saber-hacer** (entender lo que se hace y tener la capacidad para hacerlo de la mejor forma). Entonces se distingue entre competencias:

- **Habilidades.**- Aquellos conocimientos y capacidades que todo **Profesionista** debe adquirir. Por ejemplo: ética, emprendimiento y liderazgo, responsabilidad pública, autonomía, eficiencia, visión global, visión analítica, comunicación.
- **De Método.**- Aquellos conocimientos y capacidades que se estructuran en procesos y procedimientos para el planteamiento, análisis y solución de problemas.
- **Disciplinares o específicas.**- Aquellos conocimientos propios de una disciplina. Por ejemplo: saber programación para las carreras de sistemas; creación y análisis de estados financieros para contadores y administradores; gestión de la construcción para ingenieros civiles y arquitectos.



En Universidad TecMilenio el participante cursa **Certificados en los que desarrolla competencias disciplinares específicas de su especialidad que son valoradas por el mercado laboral**; donde se espera que un Egresado sea capaz de realizar determinadas funciones.



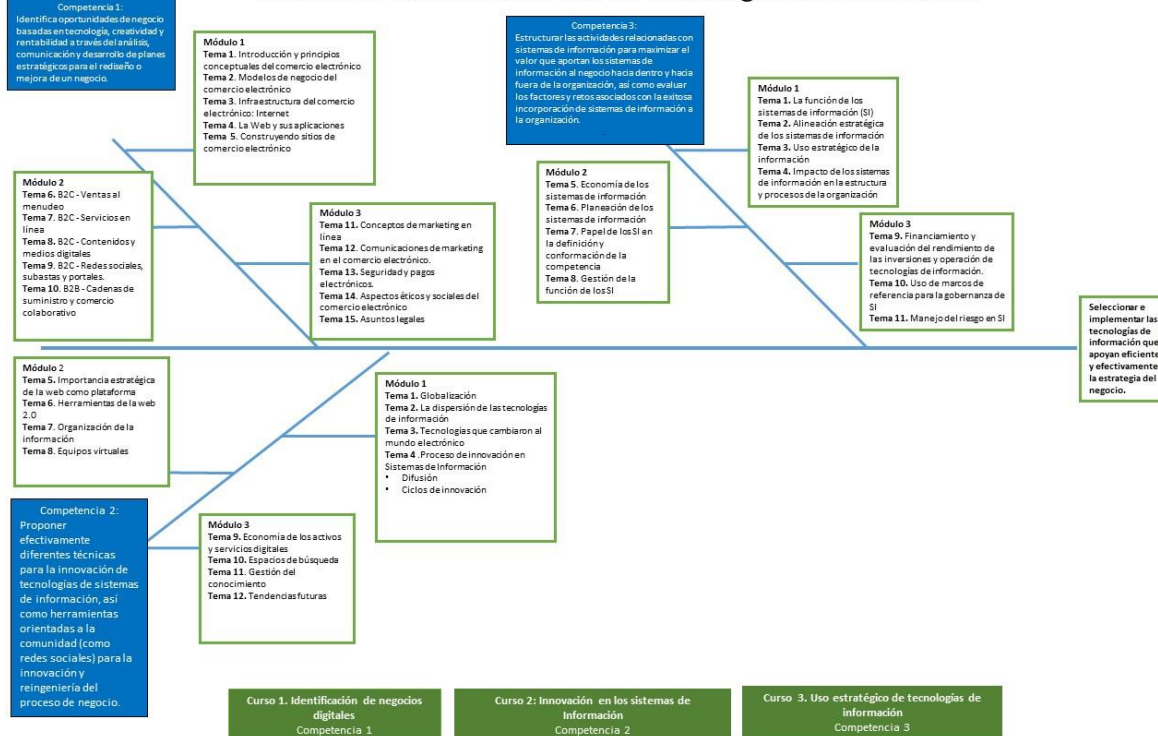
Los Certificados están orientados a **desarrollar competencias muy específicas**.

Certificado de Gestión avanzada en tecnologías de información

Al finalizar el curso de “**Identificación de negocios digitales**”, el alumno deberá ser capaz de:

- Identificar oportunidades de negocio que sean basadas en tecnología considerando conceptos de creatividad y rentabilidad, tanto en empresas tradicionales como en empresas en línea o consorcios electrónicos.
- Analizar, documentar y comunicar exitosamente los aspectos organizacionales, económicos y técnicos de las oportunidades identificadas, sirviendo como agente de cambio para las organizaciones.
- Desarrollar un proyecto que permita la integración del conocimiento y responsabilidades requeridas para desarrollar una estrategia de negocios electrónicos en una organización.

Certificado Gestión Avanzada en Tecnologías de Información



Identificación de negocios digitales es el primer curso en el Certificado de Gestión Avanzada en Tecnologías de Información, por lo tanto se convierte en la base para desarrollar habilidades que serán de gran utilidad a lo largo de los siguientes cursos.

Competencia del curso

La competencia que el alumno obtendrá al final del curso es la siguiente:

Soluciona problemas mediante la identificación de oportunidades de negocio basadas en tecnología, creatividad y rentabilidad a través del análisis, comunicación y desarrollo de planes estratégicos para el rediseño o mejora de un negocio digital, o en su caso, la implementación del mismo en un negocio tradicional.

Por lo tanto las actividades, tareas y prácticas están orientadas al desarrollo de dicha competencia, es la responsabilidad del Facilitador seguir esa línea al momento de impartir el curso. Tome nota y observe de qué manera se pueden mejorar las actividades para el cumplimiento de la competencia.

Metodología del curso

El curso “**Identificación de negocios digitales**” tiene una duración de 4 semanas, el cual se divide en 2 módulos que incluyen un total de 15 temas.

Los temas inician en la primera semana de impartición del curso, por lo que el alumno tendrá el resto de la misma, o de las distintas semanas, para llevar a cabo las actividades o prácticas que se indiquen.

Para ello, usted como Facilitador comunicará al alumno las fechas de entrega del curso.

A través de las 4 semanas, el alumno adquirirá y reforzará la competencia del curso por medio de:

- Actividades sugeridas
- Prácticas sugeridas
- Una “actividad de rescate” opcional
- Una evidencia compuesta por dos avances y una entrega final (Proyecto Integrador)

Actividades sugeridas

- Las actividades del curso, serán los avances correspondientes a la construcción de la evidencia así como el proyecto integrador, el cual deberá ser entregado por el alumno en la última semana del curso.
- A su vez, tanto los avances como el proyecto integrador, deberán de llevarse a cabo en **equipo** con la cantidad de integrantes que usted como Facilitador considere conveniente.
- El alumno trabajará cada semana en la construcción de la evidencia del curso de manera que pueda verificar sus avances con el Facilitador a través de su respectiva evaluación. De ésta manera, se asegurará que el Proyecto Integrador desarrollado, cuente con el contenido y calidad requerida para la aprobación del curso.
- De igual manera, habrá actividades sugeridas a realizar para cada tema, que si bien no son evaluables, son herramientas de apoyo para ayudar al alumno a dominar conceptos importantes que le permitirán la correcta comprensión y el desarrollo efectivo de su evidencia.

Prácticas sugeridas

A lo largo del curso el alumno encontrará ejercicios prácticos **no evaluables** nombrados como “**Prácticas**”, que le ayudarán a reforzar el conocimiento de conceptos importantes y específicos vistos en el tema.

Éstos se identifican bajo el nombre de “**Prácticas**”.

*Tanto usted como el alumno podrán ver las “prácticas” en Blackboard siguiendo la ruta: temas>> explicación>> práctica.

Actividad de rescate (opcional)

En cada módulo habrá una “**actividad de rescate**”, la cual dará al alumno la oportunidad de adquirir puntos extras en el módulo correspondiente. Usted como Facilitador determinará la cantidad de puntos a los que equivale esta actividad.

Las actividades de rescate se encuentran en los temas 5 y 11.

Evidencia (proyecto integrador)

Antes de finalizar el curso, el alumno entrega un **proyecto integrador** que consta de tres fases y se conforma por la entrega de dos **avances** más una entrega final.

FASES PARA ENTREGA DE AVANCES

1. Identificación, selección y análisis de la oportunidad de negocio.
2. Análisis estratégico del modelo negocio y financiero
3. Análisis de la estrategia de e-marketing y su impacto en la sociedad

Es obligación del Facilitador entregar retroalimentación de las entregas de la evidencia a la brevedad posible para que los participantes puedan mejorarla en la entrega final.

*Para conocer más información sobre la estructura de los avances y la evaluación de cada una de los mismos, siga en Blackboard la siguiente ruta: ¿cómo voy a aprender? >> metodología >> instrucciones y rúbricas.

Evidencia

No sólo el contenido temático, las actividades y las prácticas del curso requerirán de un gran compromiso del participante, sino que también la evidencia de aprendizaje.

A través de ella el participante demostrará la aplicación de las habilidades que desarrollará a lo largo de los 15 temas.

Antes de finalizar el curso, el alumno deberá entregar un **proyecto integrador** que consta de tres fases y se conforma por la entrega de dos **avances** más una entrega final.

El alumno deberá:

1. Integrar las partes de la Fase 1, Fase 2 y Fase 3 del proyecto en un sólo documento final.
2. Incluir una conclusión sobre el desarrollo del proyecto.
3. Al final del proyecto, incluir las bibliografías en formato APA.

La rúbrica para evaluar el proyecto integrador es la siguiente:

Rúbrica	Descriptor						
	Excelente 100	Sobresaliente 90	Aceptable 80	Suficiente 70	Insuficiente 60	50 o menos	Puntos totales 100
1. Formato y contenido del documento (10%)	Equivalencia: <u>10</u> puntos Tiene todos los elementos solicitados, buena ortografía, redacción y presentación	Equivalencia: <u>9</u> puntos Tiene todos los elementos solicitados, pero algunas fallas menores de ortografía y redacción	Equivalencia: <u>8</u> puntos Tiene todos los elementos seleccionados pero algunas fallas menores de ortografía, redacción y presentación	Equivalencia: <u>7</u> puntos No tiene todos los elementos seleccionados y tiene algunas fallas menores de ortografía, redacción y presentación	Equivalencia: <u>6</u> puntos No tiene todos los elementos seleccionados y tiene muchas fallas mayores de ortografía, redacción y presentación	Equivalencia: <u>0</u> puntos No tiene todos los elementos seleccionados y tiene muchas fallas mayores de ortografía, redacción y presentación	10
2. FASE 1 Descripción de la oportunidad (25%)	Equivalencia: <u>20</u> puntos Analiza a profundidad los tres elementos solicitados	Equivalencia: <u>18</u> puntos Analiza a profundidad dos de los tres elementos solicitados, uno de ellos tiene oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>16</u> puntos Analiza a profundidad uno de los elementos solicitados, dos de ellos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>14</u> puntos Se analizan los tres elementos solicitados, pero todos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>10</u> puntos Analiza solamente dos de los elementos seleccionados y lo hace en forma deficiente	Equivalencia: <u>0</u> puntos No analiza ninguno de los elementos solicitados en forma completa	20
3. FASE 2 Análisis de negocio (25%)	Equivalencia: <u>20</u> puntos Analiza a profundidad los tres elementos solicitados	Equivalencia: <u>18</u> puntos Analiza a profundidad dos de los tres elementos solicitados, uno de ellos tiene oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>16</u> puntos Analiza a profundidad uno de los elementos solicitados, dos de ellos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>14</u> puntos Se analizan los tres elementos solicitados, pero todos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>10</u> puntos Analiza solamente dos de los elementos seleccionados y lo hace en forma deficiente	Equivalencia: <u>0</u> puntos No analiza ninguno de los elementos solicitados en forma completa	20
4. FASE 3 Análisis de la estrategia de marketing y privacidad (25%)	Equivalencia: <u>25</u> puntos Analiza a profundidad los tres elementos solicitados	Equivalencia: <u>22</u> puntos Analiza a profundidad dos de los tres elementos solicitados, uno de ellos tiene oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>20</u> puntos Analiza a profundidad uno de los elementos solicitados, dos de ellos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>17</u> puntos Se analizan los tres elementos solicitados, pero todos tienen oportunidades de mejora	Equivalencia: <u>14</u> puntos Analiza solamente dos de los elementos seleccionados y lo hace en forma deficiente	Equivalencia: <u>0</u> puntos No analiza ninguno de los elementos solicitados en forma completa	25
5. Conclusiones (5%)	Equivalencia: <u>10</u> puntos Las conclusiones son relevantes y consistentes con la información recopilada	Equivalencia: <u>8</u> puntos Las conclusiones son relevantes pero vagamente consistentes con la información recopilada	Equivalencia: <u>6</u> puntos Las conclusiones son relevantes pero no tienen consistencia con la información recopilada	Equivalencia: <u>4</u> puntos Muestra conclusiones que son regularmente relevantes con el proyecto	Equivalencia: <u>2</u> puntos Muestra conclusiones que no son relevantes para el proyecto	Equivalencia: <u>0</u> puntos No muestra conclusiones	10
6. Resumen ejecutivo (10%)	Equivalencia: <u>15</u> puntos El resumen es relevante, consistente con el proyecto	Equivalencia: <u>13</u> puntos El resumen es relevante, consistente con el proyecto presentado,	Equivalencia: <u>11</u> puntos El resumen es relevante, pero no es consistente con el proyecto	Equivalencia: <u>9</u> puntos El resumen es relevante, pero no es consistente con el proyecto	Equivalencia: <u>7</u> puntos El resumen no es relevante, es poco consistente con el proyecto	Equivalencia: <u>0</u> puntos No muestra resumen ejecutivo	15

	presentado y tiene un formato apropiado	pero no tiene un formato apropiado	presentado, y tiene un formato apropiado	presentado, aunque no tiene un formato apropiado	presentado, y no tiene un formato apropiado		
--	---	------------------------------------	--	--	---	--	--

*Tanto usted como el alumno pueden consultar esta rúbrica en Blackboard, siguiendo la ruta ¿qué voy a aprender? >> evidencia >> proyecto integrador.

Evaluación

La evaluación del curso se hará de la siguiente manera:

DETALLE DE ENTREGABLES

Instrumento de evaluación	Puntuación total
Avance 1 de evidencia (Desarrollo de Fase 1)	20
Avance 2 de evidencia (Desarrollo de Fase 2)	20
Entrega final – Proyecto integrador (Recopilación de Fase 1 + 2 + Desarrollo de la Fase 3)	35
Conclusiones	10
Resumen ejecutivo	15
Total	100 puntos
Actividades de rescate	*A consideración del Facilitador

*Esta información también se puede ver en Blackboard siguiendo la ruta ¿cómo voy a aprender? >> evaluación.

Notas de enseñanza por tema

Duración del curso:

Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

Considerando que el curso tetramestral tiene una duración de 4 semanas y de acuerdo a la cantidad de temas por abarcar, se sugiere identificar los conceptos más relevantes de cada uno de

ellos seleccionando aquellos que sean medulares para el cumplimiento del objetivo y la competencia señalada, así como para el desarrollo efectivo de la evidencia correspondiente.

Actividades:

Considerando la corta duración del curso así como la complejidad y extensión de los puntos a desarrollar en cada avance de la evidencia, en la modalidad de tetramestral tanto en línea como presencial, se están considerando como “actividades” del curso los avances de la evidencia correspondiente, así como la entrega final que corresponde al último avance de la evidencia, así como el proyecto integrador con su respectivo resumen ejecutivo.

De esta manera, el participante tendrá la oportunidad de trabajar, prepararse y avocarse exclusivamente a “construir” su evidencia para finalmente completar su proyecto integrador y resumen ejecutivo con la calidad y requerimientos necesarios, considerando que son instrumentos de aprendizaje con los cuales se cumple íntegramente el objetivo del curso así como la práctica, desarrollo y validación de la competencia establecida.

Es importante considerar que en la sección de “Actividad” de cada tema, el participante podrá encontrar diversos ejercicios en relación a éste que le ayudarán a practicar los conceptos expuestos en el tema. Estas actividades NO SON EVALUABLES, sin embargo se recomienda utilizarlas como herramientas para reforzar el aprendizaje del objetivo del tema y por ende, una parte de la competencia, ya sea que opte por hacer uso de todas las actividades o realice una previa selección de aquellas que más enriquezcan y complementen la aplicación de los conceptos revisados.

Actividad de rescate:

En cada módulo encontrará una “actividad de rescate”, la cual le servirá al participante para complementar el conocimiento adquirido sobre conceptos específicos de algún tema en particular, a la par de otorgarle puntos adicionales en su calificación final siempre y cuando haya cumplido debidamente con la realización de la misma (de acuerdo a los criterios de evaluación establecidos).

La cantidad de puntos extras que otorga esta actividad al participante, dependerá de su criterio establecido de acuerdo a la naturaleza del grupo y necesidades del mismo.

Como ya se mencionó, las actividades de rescate se encuentran en los temas 5 y 11.

Referente a la práctica y actividad:

Tanto las prácticas como las actividades de cada tema pueden encargarse como una asignación para comentarse posteriormente en clase, a través de un foro o una sesión de chat con la finalidad de que los participantes puedan retroalimentarse con sus compañeros sobre los hallazgos encontrados.

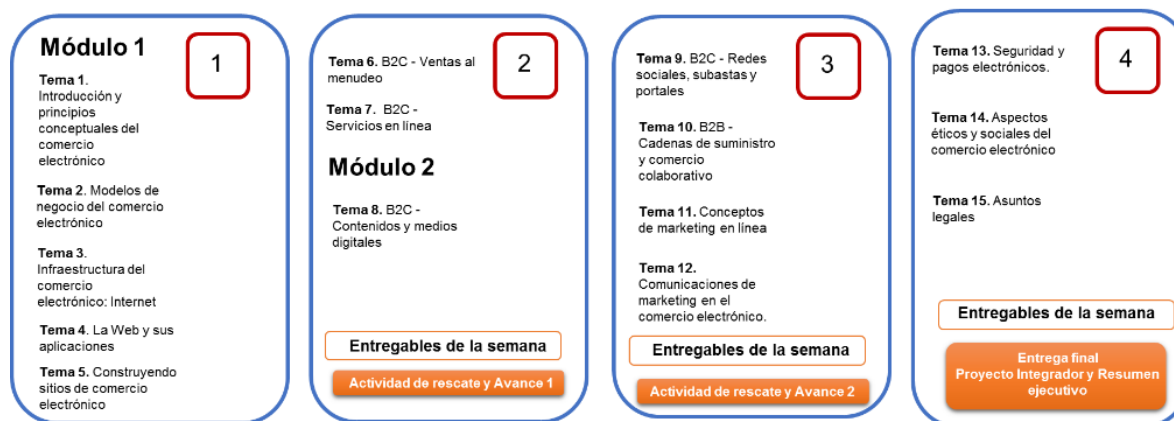
La dinámica para lograr lo anterior, depende del grupo y cómo crea conveniente llevarlo a cabo, teniendo siempre en cuenta el objetivo de enriquecer con experiencias, retroalimentación y conocimientos de “participante a participante” y “facilitador a participante.”

Recordemos que las prácticas y las actividades de cada tema están diseñadas bajo el criterio de “No evaluable”.

Organización del curso:

La organización de los temas del curso así como sus respectivos entregables está sugerida de la siguiente manera:

Tetramestral AGENDA DE ACTIVIDADES SEMANAL



*El temario completo se encuentra en la ruta ¿qué voy a aprender? >> temario.

Tema 1

Una parte significativa del tema consiste en aclarar bien algunas definiciones básicas, ayudar a los participantes a comprender un fenómeno complejo que involucra muchos factores. El campo del comercio electrónico (*e-commerce*) está lleno de términos que algunas personas pueden encontrar confusos. Es importante dedicar el tiempo suficiente a aclarar dudas y terminología básica que será utilizada durante el curso.

Una de las ideas principales es que *e-commerce* es afectado por muchas fuerzas y al mismo tiempo afecta diversos aspectos de la sociedad, por lo tanto, en este tema y en el resto del curso, el enfoque será en entender los elementos que hay que tomar en cuenta al buscar nuevas oportunidades de negocio basadas en tecnología y en entender los impactos que estas nuevas oportunidades traen en las empresas, los mercados y la sociedad en general.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.

- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 2

Este capítulo trata de resumir la variedad de formas en que Internet y la Web se utilizan para construir nuevos negocios de las empresas. Empresas que generan ingresos y es de esperar un beneficio. El desafío en este capítulo es el de centrarse en algunas realidades simples, inmutables del mundo de los negocios que no tienen nada que ver con Internet y luego entender cómo el Internet puede ser utilizado dentro de este marco para desarrollar nuevos negocios. Lo que los expertos ahora dicen acerca de la Internet es: "El Internet cambió todo, excepto las reglas de negocio."

El capítulo habla de Modelos de Negocio B2C y B2B, los participantes deben ser capaces de describir cómo cada uno de estos modelos típicamente espera generar ingresos y obtener beneficios, así como identificar y distinguir los elementos clave que conforman un modelo de negocio.

Para la actividad sugerida del tema:

Como facilitador quizá quiera proporcionar algunos parámetros para los participantes en la elección de una empresa (es decir, el sector [B2C, B2B, etc.]; industria [al por menor, servicios, etc.]) para limitar el tiempo de búsqueda del participante. Se les puede pedir proporcionar ya sea un informe escrito o un informe oral acompañado de una presentación de diapositivas.

Referente a la actividad de aula invertida sugerida del tema (modalidad presencial):

Aula invertida para la modalidad de presencial: la tarea de preparación del aula invertida es para llevar a cabo fuera de clase.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 3

En este capítulo se ofrece una descripción del Internet en la actualidad, la World Wide Web (incluyendo 2.0 características y servicios de la web) así como el futuro de Internet 2 que surgirá en los próximos años.

El mensaje principal en este tema es que el Internet nunca ha sido una tecnología estática. En cambio, ha evolucionando a lo largo de un periodo de cincuenta años en un medio de comunicación sin precedentes que combina elementos de texto, la televisión y la radio.

El desafío en este capítulo es comprender los elementos técnicos que constituyen el Internet (sin llegar a ser demasiado técnicos) y comprender sus implicaciones comerciales, sin abrumar a los participantes con los detalles.

Al hablar de las limitantes de Internet es útil que los estudiantes den ejemplos de su propia experiencia. Por ejemplo, el crecimiento del servicio de streaming de películas de Netflix está empezando a causar escasez de ancho de banda, así como el crecimiento de los servicios de música como Pandora.

Referente a la actividad de aula invertida sugerida del tema (modalidad presencial):

- Aula invertida para la modalidad de presencial: La discusión plenaria del aula invertida es para llevarse a cabo durante la clase. El entregable final solicitado es para prepararse en equipo y fuera de clase.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 4

La clave de este capítulo es comprender que el Internet nunca ha sido una tecnología estática. En cambio, ha evolucionado a lo largo de un período de cincuenta años en un medio de comunicación sin precedentes que combina elementos de texto, la televisión y la radio.

Este tema se centra en las aplicaciones de software necesarias para aprovechar la tecnología disponible.

El desafío en este capítulo es entender los elementos técnicos de Internet (sin llegar a ser demasiado técnico), y comprender sus implicaciones comerciales, sin sentirse abrumados por los detalles.

Para la actividad sugerida del tema:

- Con respecto a la actividad del tema debe de considerar que los informes de los participantes deben incluir:
 1. El nombre de las empresas que llamaron para solicitar información
 2. Las estadísticas sobre la carga y velocidades de descarga
 3. Precio
 4. Disponibilidad.

Con conexiones de cable, el ancho de banda real recibido disminuye conforme más usuarios de una misma cuadra se conectan a Internet pues la conexión es compartida en un solo cable coaxial.

Con DSL cada casa tiene una conexión independiente, pero su desempeño se degrada entre más lejos se encuentre la casa de la central telefónica, por lo tanto:

Los participantes deben discutir por lo menos algunas de estas cuestiones en el resumen de las características, beneficios y desventajas de los tres proveedores que hayan seleccionado.

- Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

Liga de tutorial:

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para youtube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=bIWpFNYcym8>

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

En este tema se presenta el proceso general de construcción de una presencia en el comercio electrónico y se discute una metodología para abordar el problema. El tema también considera los principales problemas en la construcción de una presencia en el comercio electrónico y se identifican algunas de las herramientas disponibles que pueden ayudar a los empresarios y gerentes de empresas.

Un buen lugar para comenzar la discusión es con el caso de apertura, “Tommy Hilfiger se Rediseña”, así se describen los factores que impulsan, incluso a veteranos expertos, a reconstruir sus sitios web periódicamente.

El punto clave del tema es que la construcción de una presencia de comercio electrónico es una tarea compleja, similar a la construcción de un nuevo sistema de información. Se requieren mayores recursos físicos y humanos, a muchas empresas les resulta rentable subcontratar (*outsourcing*) una parte o la totalidad del esfuerzo de diseño, construcción y operación a empresas especializadas.

Por otra parte, la construcción de una página de comercio electrónico nunca ha sido más fácil o más barata de lo que es ahora. Una empresa pequeña puede recurrir a Yahoo Merchant Solutions, Amazon, eBay y muchas otras para el diseño y operación de soluciones de negocio para comercio electrónico. El costo de desarrollo de soluciones también ha disminuido.

Para la actividad sugerida del tema:

El propósito de este proyecto es lograr que los participantes comiencen a considerar el proceso de toma de decisiones.

Si optan por construir el sitio de manera interna podrían mencionar factores tales como: el personal disponible en la empresa que está capacitado para realizar dicha tarea (incluyendo artistas gráficos, diseñadores web, programadores y gestores de proyectos).

Pueden también postular que están dispuestos a comprar una herramienta de creación de sitios prediseñados que será escalable a medida que la empresa amplíe su base de clientes. También pueden argumentar que su empresa vende un producto muy especializado por lo que la necesidad de un sitio web personalizado es alta o que su personal, que ya está altamente capacitado, será capaz de construir un sitio que hace exactamente lo que necesita la empresa.

Además, ellos pueden creer que el personal que va a participar en la construcción del sitio web será capaz de cambiar el sitio con mayor rapidez para adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.

Los participantes que optan por la subcontratación pueden mencionar los riesgos involucrados en la construcción de características tan complejas como los carros de compras, sistemas de autenticación de tarjeta de crédito y de procesamiento, sistemas de gestión de inventario y los sistemas de procesamiento de pedidos.

A su vez, pueden argumentar que el riesgo de terminar diseñando un sitio con mal funcionamiento es demasiado grande y que el personal se enfrentará a una curva de aprendizaje larga y difícil. Los

costos de la construcción en la casa pueden incluir los sueldos de todos los profesionales adicionales que tendrán que ser contratados, el costo de una herramienta de creación de sitios envasados, o los costos de software adicional o la tecnología que tienen que ser adquiridos para construir el sistema de autenticación de la tarjeta de crédito.

Los costos de la subcontratación pueden incluir el costo de adquisición de un paquete de software más los costos para la contratación de un proveedor externo para ajustar dicho sistema.

Actividad sugerida de rescate:

En este tema se incluye la actividad de rescate, la cual es opcional a hacer. Sin embargo al realizarla de la manera requerida, el participante tendrá la oportunidad de obtener puntos adicionales sobre su calificación final.

El puntaje será establecido de acuerdo a su criterio.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 6

Este tema se enfoca en aplicaciones de comercio electrónico. La comprensión se comenzará a enfocar en el entorno operativo realista para el comercio electrónico dividido en cinco sectores diferentes:

(1) Comercio,

- (2) Servicios,
- (3) Contenido online,
- (4) Redes sociales, subastas y portales y
- (5) Comercio electrónico B2B, basado en un enfoque sector por sector para entender la complejidad del comercio electrónico.

El caso de apertura, “Los Destellos de Blue Nile para su Cleopatra” describe BlueNile, un sitio de ventas en línea que se especializa en diamantes nos invita a reflexionar sobre lo siguiente:

- ¿Quién compraría un diamante en la Web?
- ¿Cómo puedes confiar en la calidad?
- ¿Cómo podrías comprar un diamante sin verlo?

BlueNile tiene algunas respuestas, por ello se ha convertido en un negocio que continúa vigente siendo el comerciante más grande de diamantes en línea (con Amazon siguiéndolo muy de cerca).

Uno de los puntos que se debe enfatizar en este tema es que, aunque la visión original del comercio electrónico no funcionó para la mayoría de los vendedores en línea, el mercado minorista en línea es el canal de mayor crecimiento en el comercio minorista. Hoy, seguidores reemplazan a los pioneros para explotar las extraordinarias innovaciones desarrolladas durante los primeros años del comercio electrónico. Esto significa que los minoristas establecidos con potentes marcas nacionales y el alcance internacional de las operaciones dominan cada vez más el panorama minorista en línea.

Referente a la actividad sugerida del tema:

Tanto Amazon como Best Buy Co. Inc. son empresas públicas, por lo que sus informes financieros más recientes pueden obtenerse en SEC.gov. Esta investigación debe ser complementada por la búsqueda de publicaciones de la industria, tales como Internet Retailer y la prensa financiera popular, así como el examen de todas las notas de prensa relevantes emitidos por las empresas. Best Buy es una firma de *clicks and bricks*, mientras que Amazon es estrictamente en línea. Ambas tienen operaciones muy grandes de logística y almacenamiento, pero Best Buy también tiene que apoyar a las tiendas físicas.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la

clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que la entrega de su avance correspondiente está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Entender las perspectivas para el comercio electrónico en el sector de los servicios requiere que los participantes entiendan las dinámicas que operan en diversas industrias de servicios. El reto aquí es identificar rápidamente las características únicas de cada sector de servicios y luego definir cómo dada la dinámica de la industria, es probable que funcione en el modelo de comercio electrónico.

Referente a la práctica sugerida del tema:

Progressive Corp (OH), Insure.com e Insweb.com son empresas públicas por lo que los participantes deben primero ir a SEC.gov y acceder a los archivos EDGAR para encontrar el formulario 10-K y el Formulario 10-Q más recientes de la empresa. Los estudiantes también deben visitar los sitios web de las compañías para encontrar información actual. Ellos deben consultar las páginas de Información sobre la Compañía, notas de prensa y usar Google para buscar artículos populares relacionados

Referente a la actividad sugerida del tema:

Los participantes pueden encontrar, por ejemplo, las empresas de servicios jurídicos que proporcionan servicios de auto-ayuda legal, formas y consultoría. Uno de esos sitios es Nolo.com, el cual tiene como misión hacer que el sistema legal funcione para todos (no sólo para los abogados). Nolo trata de ayudar a la gente para que pueda manejar sus propios asuntos legales cotidianos o aprender lo suficiente sobre ellos para que pueda trabajar en conjunto con un abogado y tener una experiencia más satisfactoria. La propuesta de valor de Nolo es la comodidad y acceso las 24 horas a la ayuda legal.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.

Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI):

<https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere que al finalizar este tema se realice la entrega del primer avance de la evidencia.

Tema 8

En este tema se discuten las diversas empresas que se basan en la entrega de contenido en línea. El capítulo comienza con una descripción general de las dimensiones globales de los medios de comunicación por Internet, el crecimiento y la estructura de las industrias de los medios en los Estados Unidos para posteriormente centrarse en los sectores de organizaciones editoriales y organizaciones de entretenimiento.

Una buena manera de interesar a los participantes en la discusión de los *e-books*, es solicitarles que analicen la manera de cómo un libro que está leyendo se podría mejorar mediante el uso de la Internet.

Referente a la actividad sugerida del tema:

Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

Liga de tutorial:

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para YouTube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=bIWpFNYcym8>

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 9

En este capítulo se introducen los temas de redes sociales, subastas y portales en línea. El hilo que relaciona estos tres temas es que cada uno a su manera, involucra a las comunidades en Internet.

Considere tomar un poco de tiempo para ver con los participantes la Figura 11.1 del libro de texto (Laudon, K.C. y Traver, C.G; p.708, 2014) que ilustra el tamaño y el crecimiento de las principales redes sociales. Este es un buen momento para visitar una red social e ilustrar su funcionalidad en la clase. Si se trata de una clase de educación a distancia, puede pedir a los participantes visitar un sitio de red social (que podría ser el propio) y hacer una lista de diez características o funciones disponibles en el sitio. También puede solicitarles hablar del uso que ellos mismos les dan a las redes sociales y cómo las redes han cambiado sus vidas, si han tenido alguna experiencia con una subasta en línea, así como qué portales de comercio electrónico es el que utilizan más y por qué.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 10

Como se comentó al iniciar, este tema trata sobre el comercio electrónico B2B, gestión de la cadena de suministro y comercio colaborativo. Algunos participantes no estarán completamente familiarizados con estos conceptos, por lo tanto vale la pena dedicar algún tiempo en la introducción de estos temas antes de entrar en profundidad sobre los distintos tipos de relaciones de comercio B2B.

El desafío en este tema es comprenderlo y comunicar a los participantes las ideas básicas sin que se pierdan en los detalles.

El comercio electrónico B2B es mucho menos visible que el comercio electrónico B2C, pero está teniendo un profundo impacto en cómo las empresas operan.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 11

En este tema se comienza a introducir al alumno en el comportamiento del consumidor en línea, mercadeo y comunicaciones. En particular, este tema se centra en el comportamiento del consumidor en línea y marketing por Internet.

Es importante considerar que algunos participantes no tienen experiencia en conceptos de marketing, mientras que otros puede que hayan tenido algunos cursos de marketing o incluso que estén trabajando en el área o afín en importantes empresas. Por ello, se sugiere sondear a sus

participantes primero para identificar la cantidad de experiencia o conocimiento que tienen sobre comercialización y conceptos básicos de mercadotecnia, como lo es el comportamiento del consumidor.

Referente a la práctica sugerida del tema:

Los participantes pueden elegir entre una gran variedad de diferentes proveedores de contenido digital para llevar a cabo esta práctica. Por ejemplo, pueden seleccionar Clipart.com, un contenido de negocio gráfico de publicación que ofrece suscripciones en línea para las imágenes prediseñadas, gráficos Web, fotos y fuentes de letra. En este caso, el producto principal se compone de una colección descargable de clipart, fotografías, arte Web, fuentes y sonidos.

Actividad sugerida de rescate:

En este tema se incluye la actividad de rescate, la cual es opcional a hacer. Sin embargo al realizarla de la manera requerida, el participante tendrá la oportunidad de obtener puntos adicionales sobre su calificación final.

El puntaje será establecido de acuerdo a su criterio.

En esta actividad se propuso a los participantes ingresar al sitio de *The Internacional Academy of Digital Arts and Sciences* para realizar esta actividad. Como referencia, *The Internacional Academy of Digital Arts and Sciences* es una academia que ayuda a impulsar el progreso creativo, técnico y profesional de Internet y las formas cambiantes de los medios interactivos. A su vez, da reconocimientos para los mejores sitios web y los logros individuales en la tecnología y la creatividad.

De esta manera se pretende que el participante pueda conocer y realizar un análisis en base a sitios web efectivos, y a su vez, como parte de su acervo cultural, tenga conocimiento sobre esta Academia. De esta manera la actividad puede enriquecerse más, al evitar la selección de sitios comunes y que normalmente visitan.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 12

Este tema resume la variedad de formas en que una empresa puede comunicarse en línea con sus clientes actuales y potenciales. Sin duda alguna, la comunicación es la base de la marca así como de las ventas.

Como se menciona en el cierre del capítulo, hasta el producto más diferenciado del mundo carece de valor si el mensaje no se puede transmitir a los consumidores y clientes potenciales.

El principal desafío en este capítulo es darle a conocer a los participantes las diferentes formas de comunicación de marketing disponibles en la web, su aplicación, así como la distinción de sus ventajas y desventajas tratando de identificar su eficacia y el costo para la empresa a través de la selección de los indicadores de medición que se consideren convenientes.

Para ejemplificar la variedad de tipos de publicidad en línea manejados en este tema, puede hacer uso del Internet mostrando a los participantes un ejemplo real en línea (vigente al momento en el que se imparta el tema) de cada uno de los conceptos descritos. Esto puede ser durante la clase, y para los participantes a distancia puede proporcionar las ligas de acceso correspondientes para ingresar a los sitios.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En esta etapa de inicio y preparación, se sugiere ir recordando al participante la entrega de su avance correspondiente para que vaya trabajando en ella. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 13

En este tema se resumen primero las amenazas de seguridad y las soluciones que los administradores de sitios tienen que conocer, para posteriormente revisar los diferentes sistemas de pago disponibles.

El punto clave del tema para los participantes, en lo que respecta a la seguridad, es que la seguridad es un fenómeno complejo y multifacético, y aunque cuenta con diferentes herramientas tecnológicas, normas y políticas de diferentes tipos para proteger a los usuarios, no hay una solución que garantice al 100% la prevención de un ataque cibernético.

Con respecto a los sistemas de pago, el punto clave es que la Web no ha creado completamente nuevos métodos de pago, aunque sí ha cambiado cómo se implementan los métodos de pago genéricos. Para este tema, se sugiere preguntar a los participantes si han realizado pagos por Internet, qué sistemas han utilizado y cómo ha funcionado el proceso.

Referente a la actividad sugerida del tema:

Se solicita subir un video a YouTube con las conclusiones correspondientes. Este video puede grabarse utilizando su cámara web o webcam.

En esta liga se presenta un tutorial de cómo hacerlo. Como referencia, favor de compartirla o bien, explicarles a los participantes cómo hacerlo.

Liga de tutorial:

Campos, J. (2010, 14 de julio). Grabar video para YouTube utilizando tu cámara web o webcam, computación básica de:

<http://www.youtube.com/watch?v=bIWpFNYcym8>

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.

- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que su entrega final, proyecto integrador y resumen ejecutivo está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

En este tema se resumen las diversas formas en que las tecnologías de comercio electrónico y de Internet han planteado graves dilemas sociales.

Otro punto importante del tema a revisar con los participantes es que la conciencia ética, social y política es una parte importante de la vida empresarial tanto en los negocios digitales como en los tradicionales. Como se comentó en el cierre del tema, la mayoría de los empleadores no se arriesgan a contratar personal que no tiene convicciones éticas, para prueba de ello puedes preguntar a tus participantes si como empleadores les gustaría contratar a una persona bajo la percepción de que tiene pocos escrúpulos morales o éticos.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

Se sugiere recordar al participante que su entrega final con el desarrollo de la fase 3 en el respectivo proyecto integrador así como la entrega del resumen ejecutivo está próxima a llevarse a cabo. A su vez, se sugiere destinar un momento de la clase o en su caso, la apertura de un foro o chat para explicar con detalle cada uno de los entregables y resolver previamente las dudas que los participantes pudieran tener sobre el desarrollo de su evidencia.

Tema 15

Una vez que los participantes comprendan los conceptos básicos de la propiedad intelectual, una forma de concluir el tema es a través de un debate con la finalidad de analizar si la sociedad estaría mejor sin la ley de propiedad intelectual o no.

De acuerdo a diversas opiniones, las leyes de propiedad intelectual restringen el flujo de ideas, la música y otras formas de expresión. Por otra parte, estas mismas leyes incentivan a la gente a crear nuevas formas de expresión.

Otra sugerencia para enriquecer el tema es visitar en clase los sitios de la oficina de patentes de Estados Unidos y analizar un documento de patente, a su vez se también se sugiere visitar la página de Marcanet del IMPI para ilustrar el tema de patentes y marcas.

Observaciones:

- Antes de impartir el curso, por favor revise de manera general los datos y conceptos proporcionados con la finalidad de detectar y en su caso, poder actualizar previamente la información específica al tiempo en que se está impartiendo el curso.
- Si lo cree necesario, revise nuevamente las Nota de enseñanza general con la finalidad de tener presente y considerar tanto las observaciones como las sugerencias para la impartición del curso.
- Los datos estadísticos que se pudieran presentar a lo largo de la explicación hacen referencia a Estados Unidos (ya que el libro de texto utilizado en el curso basa la mayor parte de su contenido estadístico sobre ese país), sin embargo, usted puede enriquecer la clase o sesión proporcionando datos sobre México, los cuales puede consultar en LA Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): <https://www.amipci.org.mx/es/>, o bien, proporcionar la referencia a los estudiantes sobre esta asociación.

En la semana que finaliza este último tema se deberá de solicitar la entrega final con el desarrollo de la Fase 3 en el respectivo proyecto integrador, así como la entrega del resumen ejecutivo.