

Programa del Curso CC61F "Taller de Comercio Electrónico"

Felipe Csaszar - 3 de octubre de 1999

Horario: Viernes 18:00 a 20:00 Hrs.

Objetivos

1. Entender los pasos que involucra comenzar un negocio en Internet (tecnológicos y administrativos)
2. Motivar en los alumnos el espíritu emprendedor.
3. Analizar las fuerzas que impulsan a Internet, el entorno competitivo que crea y las oportunidades que genera.
4. Manejar las herramientas técnicas que permiten el comercio electrónico (lenguajes de edición de páginas, bases de datos, scripts, etc.)
5. Manejar las herramientas de administración que permiten llevar a cabo un proyecto de comercio electrónico en forma exitosa (análisis de la competencia, conceptos de marketing y atención al cliente, diseño de la estrategia, control de proyectos).
6. Generar un plan de negocios coherente.
7. Que los alumnos ganen experiencia práctica en relaciones interpersonales.
8. A través de un trabajo práctico de duración todo el semestre, vivir en la práctica la puesta en marcha de un negocio de Internet.

Público Objetivo

Alumnos de computación e industrias con interés en el comercio electrónico.

Requerimientos:

- para los alumnos de computación: bases de datos
- para los alumnos de industrias: marketing o evaluación de proyectos

Número máximo de alumnos: 60

Forma de trabajo: grupos de 4 integrantes, multidisciplinarios (cada grupo debe tener integrantes de ambas carreras).

Método de Trabajo

Plan de Clases

Cátedras: 16 clases semanales de 2 horas cada una.

Auxiliares: 16 clases semanales de 1 hora cada una.

Plan de Cátedras

- Clase 1: Presentación, Objetivos, Introducción, Ejemplos exitosos de e-commerce.
- Clase 2: Formación de grupos. Dinámicas de grupo.
- Clase 3: Clase sobre Estrategia Competitiva.
- Clase 4: Clase sobre Tecnologías de la Internet 1. (parte cliente).
- Clase 5: Clase sobre Tecnologías de la Internet 2. (parte servidor).

- Clase 6: Clase sobre Marketing.
Clase 7: Clase sobre Diseño de un Plan de Negocios.
Clase 8: Presentación del Plan de Negocios de cada Grupo.
Clase 9: Clase de Diseño de Interfaces.
Clase 10: Clase de Seguridad de Datos.
Clase 11: Análisis de negocios exitosos desde todos los ángulos estudiados.
Clase 12: Presentación del estado de avance de cada grupo.
Clase 13: Clase de Comportamiento Organizacional.
Clase 14: Clase de Economía de la Información.
Clase 15: Aplicaciones novedosas de Internet.
Clase 16: Presentación Final.

Plan de Auxiliares

En la primera mitad de cada clase el auxiliar se repasará un tema (ver cronograma más abajo).

En la segunda mitad habrá un control, ya sea de lectura y/o del contenido de la clase auxiliar de la semana pasada.

El curso requiere de dos profesores auxiliares, uno de computación y otro de industrias.

Cronograma de Clases Auxiliares

Clases 1-4: Lenguajes y Conceptos de Internet: HTML, Perl, CGI, ASP.

Clases 5-8: Conceptos de Administración: Plan de marketing, estrategia, evaluación, medición del desempeño financiero.

Clases 9-12: Desarrollo de proyectos de comercio electrónico: configuración del servidor, SQL, técnicas de ingeniería de software y gráficos.

Clases 13-16: Ayudantías (consultas a dudas específicas de la implementación del proyecto).

Evaluaciones

Cada grupo deberá hacer 3 presentaciones a lo largo del curso:

1. Un tópico del comercio electrónico que se presentará al final de una clase de cátedra relacionada
2. Presentación del plan de negocios
3. Presentación final del proyecto

Las presentaciones 1 y 2 serán evaluadas según las siguientes dimensiones:

- Claridad de la presentación
- Calidad de la información presentada
- Rigurosidad del enfoque
- Manejo de la escena y material complementario

En la presentación final se medirá:

- la calidad técnica del proyecto presentado.
- la implementación del plan de negocios.
- además de los mismos puntos medidos en 1 y 2.

El curso votará en forma anónima después de cada presentación y la calificación del curso pesará un 20% dentro de la nota que obtenga cada presentación.

La asistencia al curso es obligatoria. NOTA: esto es así ya que muchos de los conceptos entregados en el curso no son medibles a través de controles, y por lo tanto para aprovechar el curso es indispensable asistir a clases.

En cada clase auxiliar se realizará un pequeño control. El contenido podrá ser un tema discutido en la clase auxiliar anterior o una lectura del curso.

Nota Final

$$50\% (P1 + P2)/2 + 25\% P3 + 25\% L$$

Donde:

P1 = Presentación 1

P2 = Presentación 2

P3 = Presentación 3 (la que se puede entender como el examen final del curso)

L = Promedio de Lecturas

Para aprobar se requiere que:

$$(P1 + P2)/2 > 4.0$$

$$P3 > 4.0$$

$$L > 4.0$$

No hay examen recuperativo.

Bibliografía

- Customers.com, Seybold
- Information Rules, Shapiro & Varian
- StrikingItRich.com, Easton
- Electronic Commerce, Kalakota & Whinston
- Net Gain, Hagel & Armstrong
- Marketing Management, Kotler
- New Venture Creation, Timmons
- Organizational Behavior, Kolb
- Fundamentals of Financial Management, Brigham
- Programming Perl, Wall
- Applied Cryptography, Schneier
- Strategic IS/IT Planning, Tozer
- The Mythical Man Month, Brooks
- Introduction To Database Systems, Date
- The Art of Human Computer Interface Desing, Laurel