GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 1

1. INTRODUCCIÓN

Bienvenido(a) a la actividad de aprendizaje 1: Reconocer los aspectos claves de la planeación estratégica para un negocio electrónico, según las políticas de la organización; del programa de formación **Desarrollo de un modelo de planeación estratégica de negocios electrónicos**.

En esta actividad de aprendizaje el propósito es determinar la importancia de realizar una planeación estratégica estructurada para conformar un negocio electrónico y generar oportunidades para el reconocimiento de la plataforma de aprendizaje, la socialización con los participantes del programa de formación y el autodiagnóstico de conocimientos previos.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales del programa, explorar los materiales de apoyo y realizar consultas en internet.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

Programa de formación: Desarrollo de un modelo de planeación estratégica de negocios electrónicos.	**Código:** 21720033 **Versión:** 01
Resultados de aprendizaje: **260101044-01** Identificar los componentes de un plan estratégico de negocio electrónico, teniendo en cuenta las políticas de la organización.	**Competencia:** **260101044** Administrar proyectos de negocio online según políticas de comercialización y tecnología existente.
Duración de la guía (en horas):	10 horas

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial

1. Consulte el botón **"Tutoriales"**, en el menú del programa de formación para visualizar los videos de la plataforma virtual de aprendizaje.

2. Antes de elaborar las evidencias propuestas en esta guía de aprendizaje, es preciso verificar que realizó las actividades previas:

a. Actualizar datos personales.
b. Realizar el sondeo de conocimientos previos.
c. Presentarse ante su instructor y compañeros en el foro social.
d. Participar en el foro de reconocimiento de la plataforma.

Importante: consulte el botón **"Información del programa"**, en el menú del programa de formación para conocer la descripción del mismo y la metodología a seguir.

3. A manera de reflexión personal se sugiere leer detenidamente la siguiente situación y resolver el interrogante planteado:

Para emprender una idea de negocio electrónico se requiere más que entusiasmo y un factor innovador, por eso es importante generar acciones sólidas y consecuentes que marquen una ruta de acción coherente con los intereses organizacionales y las dinámicas del entorno.

Teniendo en cuenta lo anterior, realice una breve reflexión que resuelva los siguientes interrogantes:

- ¿Qué entiende por planeación estratégica?
- ¿Por qué es importante realizar una planeación estratégica antes de crear un negocio electrónico?

Nota: esta actividad tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta guía de aprendizaje, por tal motivo no es calificable.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Evidencia: Foro "Elementos de un negocio electrónico"

Con los avances de las Tecnologías de la Información y Comunicación - TIC, el concepto y la percepción de empresa, producto y cliente han cambiado; el mercado es más exigente y demanda más competitividad, por ello, el mundo de los negocios requiere versatilidad y dinamismo. En este contexto, la permanencia y credibilidad en el mercado de un negocio, tradicional o electrónico, depende de una formulación sólida y estructurada que garantice un horizonte claro en términos de planeación, creación y desarrollo.

Tomando como referencia lo anterior, responda en el foro las preguntas que se describen a continuación:

- ¿Cuáles elementos considera usted relevantes para la creación y desarrollo de un negocio electrónico? Por cada elemento es preciso que incluya: concepto, argumentos sólidos que sustentan su mención como relevante y explicación puntual del aporte que brinda a la creación y desarrollo de un negocio electrónico.
- ¿Considera que los elementos mencionados anteriormente garantizan el éxito de un negocio en el mercado nacional e internacional? Justifique su respuesta.

Lea cuidadosamente las publicaciones de sus compañeros y comente respetuosamente dos que llamen su atención, indicando si está o no de acuerdo y los argumentos que justifican su aporte.

El foro se encuentra disponible en el botón Foros de discusión / Evidencia: Foro "Elementos de un negocio electrónico", en el menú principal del programa o en Actividad 1.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (conceptualización y teorización)

Evidencia: Evaluación "Planeación estratégica"

La evaluación correspondiente a esta actividad de aprendizaje tiene la finalidad de verificar el conocimiento adquirido y validar su competencia en las distintas temáticas tratadas en la actividad de aprendizaje 1.

La evaluación consta de 10 preguntas, su duración es de una hora y tiene un único intento habilitado, por eso una vez inicie la prueba, debe terminarla.

La evaluación está disponible en el botón Actividad 1 / Evidencia: Evaluación "Planeación estratégica", en el menú principal del programa.

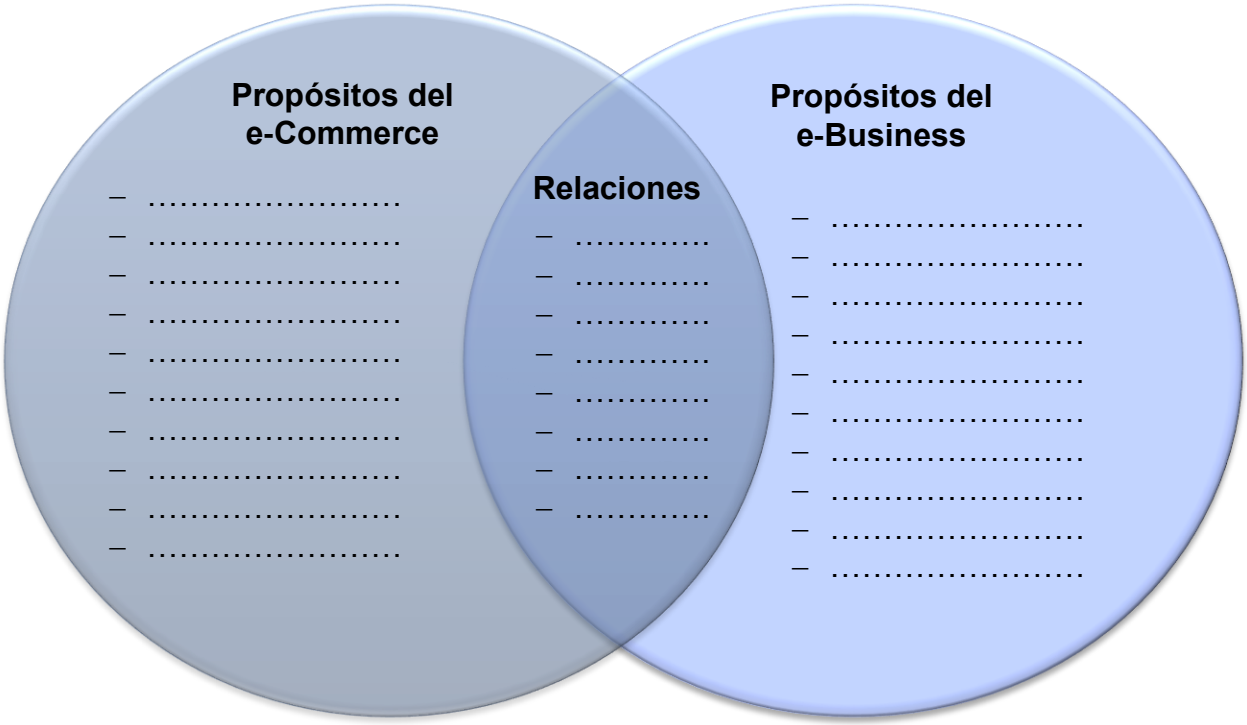
Evidencia: Diagrama "e-Commerce y e-Business"

Internet se ha convertido en un medio potencial para la evolución empresarial, lo que ha generado un cambio en la concepción de negocios y además, la inclusión de nuevas dinámicas y alternativas para generar valor agregado.

Por esta razón, el propósito de esta actividad es reconocer las diferencias y relaciones existentes entre el comercio electrónico (e-Commerce) y el negocio electrónico (e-Business), a través de un Diagrama de Venn[1] como el que se sugiere en esta actividad. Para esto tenga en cuenta lo siguiente:

- Defina, en frases puntuales y contundentes, los propósitos del comercio electrónico (e-Commerce).
- Describa, en frases puntuales y contundentes, los propósitos de un negocio electrónico (e-Business).
- Refiera, en frases puntuales y contundentes, las relaciones que existen entre ambos conceptos.
- A partir del resultado obtenido en el diagrama plantee, como mínimo, dos ejemplos de organizaciones que integren estratégicamente el comercio electrónico (e-Commerce) y el negocio electrónico (e-Business). Por cada ejemplo incluya: nombre de la empresa, enlace de sitio web y descripción de las razones por las cuales la refiere como un ejemplo válido y pertinente.

[1] El Diagrama de Venn es utilizado en matemáticas para explicar la teoría de conjuntos.



Ejemplos de organizaciones que integran estratégicamente el comercio electrónico (e-Commerce) y el negocio electrónico (e-Business):

Ejemplo 1:

Organización:
Enlace sitio web:
Descripción de integración estratégica e-Commerce y e-Business:

Ejemplo 2:

Organización:
Enlace sitio web:
Descripción de integración estratégica e-Commerce y e-Business:

En internet encuentra gran variedad de sitios web que permiten la creación de diagramas, utilice el de su preferencia o tome como referencia el que se comparte en esta evidencia,

en la cual se sugiere reemplazar los puntos que aparecen en cada círculo por la información solicitada.

Para ver y descargar la descripción detallada de esta actividad, diríjase al botón del menú principal Actividad 1 / Evidencia: Diagrama “e-Commerce y e-Business” y descargue el documento.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta ofimatica de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje, en el botón Actividad 1 / Evidencia: Diagrama “e-Commerce y e-Business”.

Nota: si al momento de enviar una evidencia, el sistema genera el error "Archivo Inválido", tenga en cuenta que es debido a que el documento se encuentra abierto, ciérrelo y pruebe nuevamente dando clic en Adjuntar archivo, Examinar mi equipo.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

Evidencia: Presentación “Caso LPQ electronics”

Gonzalo quiere incursionar en el mercado virtual con su empresa LPQ electronics, una comercializadora de productos electrónicos (computadores, celulares, cámaras digitales y tabletas). Por esta razón, usted es contratado como asesor externo para desarrollar los siguientes aspectos de la planeación estratégica de la empresa LPQ electronics:

- Misión.
- Visión.
- Objetivos organizacionales.
- Producto y servicios.
- Política de calidad.
- Valores corporativos.
- Clientes.

De la rigurosidad y calidad con que elabore la planeación estratégica depende el éxito de las estrategias de marketing y de posicionamiento de la empresa en el mercado virtual, que es altamente competitivo y exigente.

Para cumplir con el propósito de esta actividad realice lo siguiente:

1. Realice una presentación interactiva utilizando una herramienta web como Prezi o la de su preferencia y desarrolle todos los aspectos de la planeación estratégica de la empresa LPQ electronics que se solicitan en la descripción de la actividad (misión,

visión, objetivos organizacionales, productos y servicios, política de calidad, valores corporativos y clientes).

2. Guarde el link de acceso a la presentación interactiva creada.

Para ver y descargar la descripción detallada de esta actividad, diríjase al botón del menú principal Actividad 1 / Evidencia: Presentación “Caso LPQ electronics” y descargue el documento**.**

Desarrolle esta evidencia y envíe el link de la presentación en el archivo de su preferencia a través de la plataforma virtual de aprendizaje, en el botón Actividades / Actividad de aprendizaje 1 / Evidencia: Presentación “Caso LPQ electronics”.

Nota: si al momento de enviar una evidencia, el sistema genera el error "Archivo Inválido", tenga en cuenta que es debido a que el documento se encuentra abierto, ciérrelo y pruebe nuevamente dando clic en Adjuntar archivo, Examinar mi equipo.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
De conocimiento: • Evidencia: Evaluación “Planeación estratégica”. • Evidencia: Diagrama “e-Commerce y e-Business”. **De desempeño:** • Evidencia: Foro “Elementos de un negocio electrónico”. **De producto:** • Evidencia: Presentación “Caso LPQ electronics”.	• Identifica los factores que influyen en la construcción de un plan estratégico, teniendo en cuenta las características de la organización. • Comprende los conceptos de comercio y negocio electrónico según sus parámetros.	• Foro. • Evaluación. • Diagrama. • Presentación interactiva.

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **e-Business:** término en inglés que significa negocios electrónicos.
- **e-Commerce:** término en inglés que significa comercio electrónico.
- **Empresa:** unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.
- **e-Procurement:** abastecimiento por parte de una empresa de los productos o servicios que requiere por medio de un sitio web.
- **Estrategia:** conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **e-Tailing:** productos físicos que se venden al consumidor final apoyados en un sitio web.
- **Internet:** conjunto mundial de computadoras interconectadas por una interfaz estándar de comunicaciones PC-PC denominada TCP/IP.
- **Página:** una página web es un archivo de computación escrito en lenguaje HTML. Las páginas web pueden ser prácticamente de cualquier largo, aún cuando por razones prácticas la mayoría de la gente las limita a menos de 400 líneas de texto en 80 columnas.
- **Precio:** valor pecuniario en el que se estima algo.
- **Producto:** valor de todos los bienes de la economía de un país en un período de tiempo dado.
- **Sitio web:** es una localización en internet; se refiere específicamente a la ubicación POP en la cual reside. Para toda referencia a sitios de la web se usa un esquema especial de dirección llamado URL.
- **Venta:** transferencia de un producto o servicio por un precio pactado.

5. BIBLIOGRAFÍA/ WEBGRAFÍA

- Afanador, C. y Tunarroza, E. (2005). *Elaboración de un plan estratégico de negocios para la creación de una empresa competitiva de servicios por internet.* Trabajo de grado especialización no publicado, Universidad de la Sabana, Bogotá, Colombia.
- Barros, O. (2003). *Modelos de negocios en internet.* Santiago de Chile, Chile: CEGES.
- Fotolia. (s.f.). *Acheter en ligne.* Consultado el 01 de agosto de 2014, en https://co.fotolia.com/id/70570290
- Fotolia. (s.f.). *Businessman Brainstorming About Planning.* Consultado el 01 de agosto de 2014, en https://co.fotolia.com/id/69873549
- Fotolia. (s.f.). *Handschlag: Kunde und Berater in einem Gespräch.* Consultado el 01 de agosto de 2014, en https://co.fotolia.com/id/70899279
- Fotolia. (s.f.). *Vernetzung, Anschluss, Kommunikation.* Consultado el 01 de agosto de 2014, en https://co.fotolia.com/id/53707183
- Gómez, A, y Otero, C. (s.f.). *Planificación y desarrollo de un plan estratégico de comercio electrónico.* Madrid, España: ICEMD.
- Guerrero, R. y Rivas, L. (2005). Comercio electrónico en México: propuesta de un modelo conceptual aplicado a las PyMEs. *SOCIOTAM, XV*(1), 79-116.
- Jones, C. (2011). *Éxitos y fracasos de los proyectos de comercio electrónico.* Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- Lorette, K. (s.f.). *La definición de comercio electrónico y negocios electrónicos.* Consultado el 07 de julio de 2015, en http://pyme.lavoztx.com/la-definicin-de-comercio-electrnico-y-negocios-electrnicos-4663.html
- Mejía, C. (2004). *Los valores corporativos*. Consultado el 07 de julio de 2015, en http://www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf
- Murillo, J. (2012). *¿Cómo hacer un plan de trabajo? Crear una visión para el plan de trabajo*. Consultado el 07 de julio de 2015, en http://axeleratum.com/2012/icomo-hacer-un-plan-de-trabajo-crear-una-vision-para-el-plan-de-trabajo/
- Pirchio, H. y Llinás, J. (2001). *El e-Business y sus costos para las empresas.* Consultado el 07 de julio de 2015, en

http://www.intercostos.org/documentos/Trabajo251.pdf

- Simbaña, C. (2006). *Plan de negocios de una empresa dedicada a proveer productos y servicios de consultoría en comercio electrónico y mercadeo de productos a través de internet.* Tesis de grado no publicado, Universidad San Francisco de Quito, Quito, Ecuador.

- Sopó, G. (2013). *Análisis de los factores que limitan el emprendimiento en negocios electrónicos en estudiantes universitarios de últimos niveles.* Tesis de grado no publicado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

6. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Experta temática
Yeimy Lorena Aguilar Arce.
Centro de Gestión Agroempresarial del Oriente Regional Santander.
Diciembre de 2014.

Asesora pedagógica
Julieth Poulin Montes Rodríguez.
Centro Agroindustrial Regional Quindío.
Julio de 2015.

Líder de planificación y adecuación didáctica
Martha Lucía Giraldo Ramírez.
Centro Agroindustrial Regional Quindío.
Julio de 2015.