

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL PROGRAMA DE LA DISCIPLINA COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA UNIVERSIDAD DE CUITO CUANAVALÉ

PROPOSAL OF IMPROVEMENT OF THE PROGRAM OF DISCIPLINE ELECTRONIC COMMERCE
AT CUITO CUANAVALÉ'S UNIVERSITY

Dr.C. Alejandro Miguel Rodríguez Cuervo
mrcuervo01@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6794-1521>
Universidad de Cuito Cuanavale, Angola

M. Sc. Joao Manuel Mateus
joamateus210@yahoo.com.br
<https://orcid.org/0000-0002-4773-7398>
Universidad de Cuito Cuanavale, Angola

Tipo de contribución: Experiencia innovadora

Recibido: 24-05-2020

Aceptado para su publicación: 18-06-2020

Resumen: En la actualidad el comercio electrónico es un referente muy importante en la formación de los futuros profesionales universitarios y en particular de la carrera de Hotelería y Turismo de la universidad de Cuito Cuanavale, sus contenidos y procedimientos de trabajo deben ser tratados con una concepción actualizada conforme a las exigencias internacionales actuales y las necesidades de la sociedad angolana, sin embargo se evidencian insuficiencias en el actual programa de la disciplina, por lo que se presenta como resultado de esta investigación una propuesta de mejoramiento al programa de la disciplina que responda a las necesidades actuales en correspondencia con los estándares internacionales en la formación de los futuros profesionales de esta carrera. La metodología aplicada fue la investigación acción y se aplicaron diferentes métodos de nivel teórico que posibilitaron fundamentar el objeto y campo de la investigación y de nivel empírico que posibilitaron diagnosticar los problemas que presenta el actual programa. La investigación se desarrolló en tres etapas que son, diagnóstico inicial para conocer las necesidades de los sujetos, tendencias internacionales y nacional de otras universidades e instituciones, segunda etapa realizar una sistematización de las tendencias del estudio diagnóstico realizado, elaborar la propuesta de mejoramiento del programa y someterla a la consideración de docentes y directivos, en la tercera se realiza su aplicación en la práctica pedagógica con docentes y estudiantes de 3er año de la universidad de la Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale.

Palabras clave: Comercio electrónico; Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC); Negocio Electrónico; redes sociales; marketing; tienda virtual

Abstract: As of the present moment electronic commerce is one referent very important in the formation of the professional university futures and in individual of Hotelería's and Turismo's race of Cuito Cuanavale's university, his contentses and procedures of work must be treated with a conception updated in accordance with the international present-day requirements and the needs of the society angolana, however insufficiencies in the present-day program of the discipline that respond to the present-day needs in mail with the international standards in the formation, which is why you encounter as a result of this investigation a proposal of improvement to the program of discipline become evident Of the professional futures of this race. The applied methodology was the investigation action and different methods of theoretic level that made it possible to base the object and field of the investigation of empiric level that the problems that the present-day program presents made it possible to diagnose and were applicable. The investigation developed in three stages that they are, initial diagnosis to know the needs of the subjects, international tendencies and national of another universities and institutions, stage seconds accomplishing a systematization of the tendencies of the diagnostic realized study, to elaborate the proposal of improvement of the program and to submit the consideration of teachers and executives, in third class to her accomplishes his application in the pedagogic practice with teachers itself and students of 3er year of the university of Hotelería's and Turismo's Superior School at Cuito Cuanavale's University.

Keywords: Electronic commerce; Information Technology and Communication (TIC); Electronic Bisnes; social nets; marketing; virtual store

1. INTRODUCCIÓN

La revolución tecnológica que se implantó a fines de los 90, que integró la informática, las telecomunicaciones, la radio y la televisión, dio lugar a innumerables aplicaciones, en casi todos los ámbitos de la actividad humana, tanto en el sector de la investigación científica, militar, en la educación, el comercio electrónico, las industrias culturales y de la diversión sustentadas en el desarrollo de la multimedia, la telemedicina, teletrabajo, las redes sociales entre otros, abrieron la vía a múltiples aplicaciones tecnológicas y comerciales y acercaron los grandes mercados, lo que propició el advenimiento de la llamada “Era de la Nueva Economía”. Esta era, también denominada de la Información y el Conocimiento, hija y sustento del mundo globalizado, se caracteriza por sus impetuosas transformaciones tecnológicas y organizacionales, por redes permanentemente enlazadas gracias a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).

Vivimos en una sociedad de alcance global, caracterizada por constantes cambios. Es evidente que las tendencias innovadoras que hoy día se observan en la educación superior no pueden sustraerse de la influencia de los dos fenómenos que más inciden en su desempeño: la globalización y la emergencia de las sociedades del conocimiento. Ambos han merecido amplias reflexiones de parte de los especialistas de diversas disciplinas.

Actualmente están en marcha, en casi todas las regiones del mundo, procesos de transformación universitaria cada vez más profundos, que persiguen que la institución que llamamos “la Universidad” supere los nuevos retos, así lo vislumbró la Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el Siglo XXI, aprobada en París en 1998, cuando señaló que, para responder a tales desafíos, las Universidades debían emprender la reforma más radical que jamás antes hayan enfrentado.

La globalización es un proceso pluridimensional, en diferentes escenarios internacionales, se habla de globalización del conocimiento y de la información, estimulado por el acelerado adelanto tecnológico de la informática y las comunicaciones y los servicios que ofrece.

Frente a esta situación, ninguna otra entidad está mejor constituida como la Universidad para enfrentar este reto, por lo que su primer desafío en el siglo XXI, es que debe asumir críticamente la globalización de la información y el conocimiento y hacerlo objeto de sus reflexiones e investigaciones, e introducir el estudio de su compleja problemática como un eje

transversal de todos sus programas.

El presente trabajo de investigación pretende ofrecer una propuesta para el mejoramiento al programa de la disciplina comercio electrónico de Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale, a partir de la importancia que tiene esta disciplina como componente transversal en la formación de los futuros profesionales de la carrera.

1.1. Antecedentes de investigación

Para dar solución a las problemáticas antes planteadas se realizó una sistematización de la bibliografía relacionada con los diferentes programas y cursos de comercio electrónico desarrollados por varias instituciones incluida las universidades. Teniendo en cuenta lo referido a la formación de pregrado que permitieron identificar las fortalezas y las debilidades, con la consiguiente propuesta de acciones de mejora que de manera sistemática den respuesta a las exigencias del proceso de formación que se desarrolla en las instituciones de educación superior a través de su práctica pedagógica.

Tendencias observadas en los programas y cursos de comercio electrónico:

Fueron estudiados los programas de los cursos de comercio electrónico desarrollado por instituciones, universidades y especialistas en el tema tales como.

1. Curso de comercio electrónico de la Universidad de Nebrija, consultado en <https://www.nebrija.com/nuevos-estudiantes/>, 2020.
2. Curso Experto de Técnicas de ventas y Comercio Electrónico del Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF BUSINESS SCHOOL), consultado en material digital y en www.ineaf.es, 2020.
3. Curso introductorio al comercio electrónico de Iebschool, consultado en <https://www.iebschool.com/terminos/#politica-cookies>, 2020.
4. Programa del Curso “Comercio electrónico y Marketing Online: Amplía tus límites” autores José Manuel García Gallego y Raúl Domingo Martín Romero consultado en material digital y en www.RevistasBlogs.com, 2020.
5. Curso en Comercio Electrónico Internacional de ICEX-CECO, consultado en www.icex-ceco.es, 2020.
6. Curso de Comercio Electrónico del Fondo Social Europeo, consultado en material digital, 2020.

7. Curso de Comercio Electrónico de la Universidad Isabel I, consultado en material digital, 2020.
8. Desarrollo de curso “comercio electrónico” en plataforma Moodle para el programa de educación continua de la Universidad Estatal de Sonora, México, consultado en la Revista Iberoamericana de Ciencias Computacionales e Informática consultado en material digital, 2020.
9. Curso ABC del Comercio Electrónico y los Negocios Digitales de eCommerce Institute, consultado en material digital y en www.ecapacitacion.org, 2020.
10. Monografía sobre Comercio electrónico. Ideas fundamentales. De José Ángel Maldonado, catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, 2017, consultado en material digital y en <https://www.gestiopolis.com/comercio-electronico-ideas-fundamentales/>
11. Monografía sobre Análisis del Nivel de Conocimiento y Aceptación del Comercio Electrónico en la Zona Costa del Departamento de Ancash. De Roberto Rosas, consultado en <https://www.monografias.com/about-us/privacy#cookie-declaration>, 2020.

Algunos elementos observados en los diferentes programas:

1. Los cursos según el perfil de carreras y nivel de especialización sobre el tema de los egresados, el total de horas de la disciplina varía entre 32 y 244 horas.
2. En su mayoría ofrecen una formación completa sobre la disciplina en función de la cantidad de horas destinadas, conocer el entorno de las ventas, la Sociedad de la Información y los medios digitales.
3. Conocer la gestión comercial de ventas dentro del área profesional de la compraventa a través de internet, por ello es importante gestionar una estrategia que combine marketing y un modelo de negocio online.
4. Se trabaja el uso de las herramientas y los conocimientos necesarios para entender el negocio desde un punto de vista digital. Diseñar y desarrollar un plan para una tienda virtual y cómo gestionar la actividad comercial de la venta online.
5. En algunos casos dirigido a profesionales de diferentes áreas, con o sin experiencia en el

sector, que deseen ampliar y consolidar sus conocimientos para aplicarlos en el entorno laboral o que deseen orientar su carrera profesional hacia la gestión de las nuevas tecnologías y estrategias asociadas al comercio electrónico.

6. Dirigido para personas que se encuentran o desean estar en funciones de marketing por internet, gestión online, comercio electrónico, operación de canales de venta online, comercio y marketing por redes sociales, mercados y subastas online, gestores de plataformas logísticas y de pago online, emprendedores, entre otros.
7. En pocos casos desarrolla contenidos prácticos sobre los productos más innovadores del sector a través de las herramientas TIC, procesos digitalizados y gestión online que facilita el Digital Commerce.
8. Se trabajan conocimientos y prácticas básicas del Comercio Electrónico y los Negocios por Internet.
9. Principios y tendencias del Comercio Electrónico. Negocios electrónicos. Diferencias entre comercio y negocios electrónicos. Gobierno electrónico. Nuevos modelos de negocios (B2B, B2C, B2G, etc.).
10. Las claves del éxito de los negocios por Internet: Tasa de conversión. Desarrollo de canales alternativos. Decisión de compra online.
11. Elementos esenciales para tener un negocio online, tecnología, marketing, logística y operaciones. Introducción al Marketing en Buscadores y Posicionamiento Web.
12. En la mayoría de los cursos se emplean para su desarrollo se combinan el estudio de casos prácticos y de éxito, listado de sitios recomendados en Internet y glosarios de términos.
13. En algunos programas se incluyen los temas de seguridad en el comercio electrónico.

Después del análisis realizado a los programas el autor ejemplifica en la siguiente tabla algunos problemas que pueden ser contextualizados en el proceso educativo al abordar los temas del comercio electrónico.

Estos son solo ejemplos de algunos de los problemas relacionados con el comercio electrónico que pueden ser tratados en el proceso educativo, en la tabla se clasifican en internacionales, nacionales y

locales, pero pueden existir otras maneras de clasificarlos, además como se puede apreciar la clasificación no deja de ser convencional porque los problemas señalados como nacionales no son privativos de un país, pueden estar presente en otras naciones y se asumen en esta investigación de manera contextualizada.

Tabla 1. Algunos problemas que pueden ser contextualizados en el proceso educativo al abordar los temas del comercio electrónico

Problemas	Universal	Nacional	Local
Relacionados con las TIC e Internet y su disponibilidad y e impacto en el comercio electrónico	x	x	x
Relacionados con la falta de preparación y competencias de los sujetos en el uso de las TIC	x	x	x
Relacionado con el uso de herramientas y aplicaciones en la Web para el comercio electrónico (correo electrónico, uso de redes sociales, blog, Woo Commerce, entre otras.)	x	x	x
Relacionados con el desconocimiento de las bases legales del comercio electrónico internacionales y en su país	x	x	x
Relacionados con el desconocimiento de la seguridad Informática en el comercio electrónico	x	x	x
Relacionados con el desconocimiento de algunos procedimientos para la creación de una tienda o negocio virtual	x	x	x
Relacionado con desconocimiento por los sujetos de que el comercio electrónico es una vía de acelerar el comercio	x	x	x
Relacionados con el desconocimiento de experiencias exitosas de comercio electrónico internacionales y en su país	x	x	x

Relacionados con el desconocimiento por los sujetos de que la identidad virtual es hoy una necesidad para todas las personas y para el comercio electrónico	x	x	x
---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia

A partir de lo anterior se puede señalar que el proceso educativo que se desarrolla en el marco de una institución de educación superior es de carácter sistémico y profesional, fundamentado en una concepción teórico pedagógica generalizada, intencionalmente dirigida a preparar a las nuevas generaciones para la vida social y en primer lugar para el trabajo.

Por lo que el comercio electrónico son un contenido del proceso educativo y debe formar parte del cocimiento y la cultura de los sujetos, sabiendo que los problemas de la realidad están estrechamente vinculados con las necesidades de los alumnos, están presentes en sus cerebros y son estados de ese contenido que debemos seleccionar de la cultura consolidada o en proceso.

1.2. Reflexiones

La sociedad angolana inmersa en constantes cambios cualitativos en el sistema de educación superior, con la finalidad de incrementar la satisfacción de las necesidades de la sociedad, mediante el perfeccionamiento de la formación académica y el ulterior desarrollo profesional de los recursos humanos existentes. En Angola existen claros ejemplos de los esfuerzos dirigidos al perfeccionamiento del proceso formativo de los profesionales de las distintas ramas y carreras, las cuales solo pueden ser posible si se parte de la revisión, análisis y perfeccionamiento constante de los planes de estudio y los programas de las disciplinas.

Los programas de las disciplinas docentes constituyen elementos primordiales del currículo en la Educación Superior, sin embargo no siempre surgen bajo criterios pedagógicos y científicos sino, a criterio de expertos o por tendencias históricas y a veces, cuando esto sucede no siempre encuentran su lugar exacto en el Plan de Estudio, actuando de forma asistemática lo que puede llevar a disminuir el nivel de eficiencia de los mismos en la formación del profesional que se aspira egresar, de igual manera operando así se disminuyen las posibilidades reales de establecer las relaciones multi e interdisciplinarias en una carrera.

Es oportuno considerar para este trabajo lo referido a

la didáctica como fundamento teórico y práctico de una concepción curricular aportados por Díaz, T. (2014) y Herrera, G. (2018).

Proponemos algunos elementos que en opinión del autor de esta investigación no deben estar ausentes en el análisis del programa de una disciplina, sin dejar de tener en cuenta los aportes de otros profesores al realizar este tipo de ejercicio.

Se deben valorar entre otros los siguientes elementos:

1. La fundamentación del programa basado en las relaciones de la disciplina o asignatura con el ciclo de la carrera en que se imparte, el modelo del profesional y su ubicación en el plan de estudio.
2. Si el problema a resolver en la disciplina o asignatura está en relación con el problema científico de la rama del saber que está vinculada con el objeto de la profesión planteado en el modelo del profesional y que se deriva del encargo social o problema esbozado en ese modelo.
3. Si aparece definido el objeto de estudio de la disciplina o asignatura.
4. La formulación de los objetivos educativos que definen las transformaciones que se persiguen en los modos de actuación del profesional y que se relacionan íntimamente con su código de principios éticos de la profesión y los objetivos instructivos donde se desglosan las habilidades y el sistema de conocimiento a desarrollar y si estos objetivos son derivados de los de la carrera y que logran integrarse en un mínimo de objetivos que serán más concretos.
5. El sistema de habilidades a lograr determinados por los objetivos y derivados de las funciones del profesional (de acuerdo al número de habilidades a lograr, así será el número de unidades didácticas).
6. El planteamiento del sistema de conocimientos de la ciencia determinados por la lógica del proceso enseñanza aprendizaje que recoge los hechos y fenómenos, conceptos y teorías más actualizados.
7. Si está definido el sistema de valores a desarrollar.
8. Si existe el diseño de cada unidad didáctica de la disciplina o asignatura donde se definan (problema, objeto, objetivo, conocimiento, acciones, valores, métodos, medios, forma y

evaluación)

9. Si están proyectadas las acciones metodológicas a ejecutar en la disciplina o asignatura que se desglosará por temas con su consecuente derivación didáctica de clases que se propone desarrollar y medios de enseñanza que soportarán los métodos.
10. Si existe integración de los métodos de la disciplina.
11. La propuesta del sistema de evaluación tanto de carácter sistemático, parcial y final.
12. La bibliografía básica, complementaria y de consulta a utilizar durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Estos aspectos deben ser analizados desde una posición crítica como expresión del crecimiento en el desempeño profesional y dominio de los elementos didácticos por parte de los profesores que lo realizan.

Considerar, además, que los resultados de estos análisis tienen una serie de implicaciones importantes para el futuro rediseño de los programas de las disciplinas o asignaturas susceptibles a ser perfeccionados.

Los presupuestos anteriormente referidos se tendrán en cuenta para el planteamiento de la propuesta de mejoramiento, actualización y contextualización del programa de la disciplina Comercio Electrónico de la Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale.

1.3. Algunas consideraciones sobre el programa de la disciplina Comercio Electrónico

Abundantes han sido los trabajos de diversos investigadores sobre el comercio electrónico y la introducción de su estudio en las carreras universitarias, las cuales han sido abordadas desde todas las aristas de la ciencia y el conocimiento humano, en esta investigación se sintetizan las que asumen los autores para los objetivos que se propone.

El comercio electrónico ha adquirido rápidamente gran importancia económica y política al proseguir la notable expansión mundial de Internet.

Esta investigación responde a la necesidad de contribuir al mejoramiento, actualización y contextualización de uno de los problemas actuales en la formación básica y profesional de los estudiantes universitarios en los temas de comercio electrónico, en cuanto a sus contenidos, fundamentos y metodología para su implementación. En este contexto se ha planteado que la calidad de la

educación, en general y particularmente de la educación superior, es una demanda social y prioritaria. Existe un acuerdo generalizado respecto a que no es posible seguir sosteniendo sistemas ineficientes, que no responden a la formación de recursos humanos acordes con las transformaciones económicas, sociales, culturales y transculturales. La sociedad necesita tener la certeza de que las nuevas generaciones tendrán la educación que les permitirá coadyuvar exitosamente a la superación de los retos para el desarrollo (Sifuentes, y otros, 2014).

La contextualización de los temas de comercio electrónico en cada universidad, carrera y disciplina de acuerdo a su perfil es decisiva, pues debe tener la intención de formar en los contenidos, habilidades, valores sociales positivos porque educa en los alumnos actitudes reflexivas y comprometidas; en correspondencia con las exigencias de la sociedad.

El mejoramiento y la contextualización de los temas de comercio electrónico en el proceso educativo resulta imprescindible, ya que tiene un carácter pedagógico y es una de las maneras de lograr que el encargo formativo y educativo, además de que no les llegue a los educandos de forma ajena a sus intereses, por el contrario, se hace necesario que lo visualicen en toda su veracidad, con todo su valor y por lo tanto contribuya a fortalecer el compromiso con su país y con la sociedad.

Lo anterior demuestra que se hace necesario investigar sobre cómo se debe contextualizar los temas de comercio electrónico en las universidades, para contribuir a su mejoramiento y actuar teniendo en cuenta las carreras, la disciplina y el perfil. Para corroborar lo planteado, se realizó un diagnóstico en la Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale al actual programa de la disciplina comercio electrónico, a los docentes y directivos, en los que se constató las siguientes problemáticas.

1. Deficiencias en la redacción de los objetivos instructivos de la disciplina, no están en función de las habilidades a desarrollar.
2. Deficiente redacción de los objetivos educativos de la disciplina, no se enfocan en correspondencia de contribuir a la labor educativa de los estudiantes.
3. El sistema de conocimientos de la disciplina es muy demandante en cuanto a tiempo asignado para su tratamiento por parte del profesor y para la preparación del estudiante.
4. Carece de tratamiento de las experiencias existentes en Angola sobre comercio electrónico

y en el turismo de manera particular.

5. Insuficiente tratamiento al tema de las bases legales sobre el comercio electrónico a nivel internacional y nacional, está muy por debajo de sus retos actuales.
6. Carecen de sugerencias respecto a la utilización plataformas interactivas, redes sociales, correo electrónico, identidad virtual, y otras herramientas para el comercio electrónico principalmente de código abierto.
7. Carecen de orientaciones metodológicas para los docentes para abordar los diferentes contenidos y medios de enseñanza.
8. Insuficiente bibliografía propuesta, es limitada para los profesores y estudiantes y no actualizada.

Ante esta situación se determina como objetivo de la investigación: Proponer un Programa para el mejoramiento, actualización y contextualización de la disciplina Comercio Electrónico de la Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se aplicaron diferentes métodos de nivel teórico que posibilitaron fundamentar el objeto y campo de la investigación y de nivel empírico que posibilitaron diagnosticar los problemas que presenta el programa actual, los docentes, directivos y estudiantes a partir de la situación internacional y nacional del objeto de estudio y campo de investigación para contextualizar la propuesta de mejoramiento del programa de la disciplina a partir de las demandas de los sujetos y la sociedad.

Se emplearon métodos como el análisis documental, la entrevista y criterios de especialistas, el primero para el estudio del estado del arte del comercio electrónico en la formación universitaria a nivel internacional, en Angola y en la universidad de Cuito Cuanavale lo que posibilitó diagnosticar los problemas y las principales tendencias y regularidades.

La entrevista para intercambiar con los principales directivos, jefes de departamentos, coordinadores de disciplinas entre otros de la universidad de Cuito Cuanavale, sobre aquellos elementos que deben ser incluidos o suprimidos en el mejoramiento del programa actual con su respectiva fundamentación, a partir de las demandas sociales actuales a nivel internacional y Angola para así lograr su contextualización.

El criterio de especialistas se aplicó a profesores que imparten esta disciplina en la universidad para validar las propuestas de mejoramiento al programa de la disciplina contextualizado a partir de las demandas sociales actuales.

La triangulación metodológica se empleó para determinar regularidades derivadas de las diferentes fuentes (encuestas, entrevistas, criterios de especialistas), y constatar cómo la propuesta de mejoramiento del programa de la disciplina favorecería el avance de la preparación de los futuros profesionales de esta carrera.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A partir de lo anterior se elabora el siguiente programa que tiene las siguientes características.

PROGRAMA DE LA DISCIPLINA COMERCIO ELECTRÓNICO DE LA ESCUELA SUPERIOR DE HOTELERÍA Y TURISMO EN LA UNIVERSIDAD DE CUITO CUANAVALÉ

Destinado a estudiantes de la carrera de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale.

I. Datos generales

Nombre de la disciplina: Comercio Electrónico en el Turismo

Curso: Carrera de Hotelería y Turismo

Modalidad: presencial.

Localización: 3º año, primer semestre.

Frecuencia: 3 Horas semanales

Carga horaria: 32 horas

II. Fundamentación del Programa

Los problemas para abordar los contenidos de comercio electrónico, constituyen una problemática en la actualidad, por lo que les corresponde a las universidades asumirlos y ser tratados desde la concepción del proceso educativo escolarizado, por eso la universidad debe desempeñar un papel determinante para contextualizar estos temas y así dar solución desde la base y dar respuesta a las demandas de la sociedad.

Ante este reto se considera que el abordaje de los contenidos de Comercio Electrónico, se considera una disciplina que requiere la alineación de muchos esfuerzos.

Las universidades, las empresas y la sociedad han abierto y siguen abriendo sus puertas a las TIC, lo que en muchas ocasiones ha resultado ser una vía de desarrollo para los países desarrollados. Sin

embargo, en los países en desarrollo esta estrategia ha tenido una menor acogida, tal como lo revelan los informes sobre Comercio electrónico y desarrollo, de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Por las razones expuestas el problema central que se busca en esta propuesta es estimular el estudio del comercio electrónico en relación a los conocimientos contextualizados y su evolución hacia las tendencias del comercio electrónico, y la factibilidad de transformación por parte de empresas locales o particulares en medios de transacciones electrónicas en correspondencia con las demandas de la sociedad.

El comercio electrónico dejó de ser una oportunidad para convertirse en un requerimiento más a los fines de poder operar. Ya no es una opción sino una necesidad. Participar de él permitirá mantener (o mejorar) la competitividad general de personas, empresas, países y regiones. Mantenerse al margen será sinónimo de aislamiento y, probablemente, exilio económico y social.

El Comercio Electrónico no será una moda que pase pronto, por que como se percibe tiene consecuencias que rebasan las fronteras. Con el tiempo se desarrollarán nuevos dispositivos de TIC, como nuevos navegadores y protocolos, nuevos servicios en Internet, pero la World Wide Web es la representación de nuestro camino imparable hacia la economía digital y la sociedad basada en la información y el conocimiento. La tecnología, la Web y otros medios o procesos son sólo un camino para alcanzar la meta trazada.

Se espera contribuir a la fomentación de una cultura progresivamente positiva sobre el comercio electrónico que conlleve a un desarrollo gradual de nuestros estudiantes y en general de Angola.

III. SISTEMA DE OBJETIVOS

EDUCATIVOS:

1. Contribuir en la formación del estudiante el amor a la profesión y en su personalidad integral.
2. Promover la creatividad y hábitos correctos de trabajo científico e investigativo.
3. Proporcionar la capacidad de observación y una actitud crítica de las tareas programadas en la disciplina.
4. Inducir conductas compatibles con la ética del profesional.
5. Fomentar el pensamiento económico mediante el análisis de las necesidades materiales,

financieras y humanas para realizar los proyectos de comercio electrónico.

6. Estimular la honestidad, solidaridad y hábitos de trabajo colaborativo y en equipos que permitan resolver tareas complejas.
7. Promover una actitud crítica y reflexiva al resolver las tareas programadas en la disciplina.
8. Promover la superación independiente mediante el uso de bibliografías especializadas en técnicas modernas de análisis de búsqueda de información y su procesamiento.
9. Fomentar hábitos de organización, responsabilidad y laboriosidad requeridas que permitan resolver las tareas programadas en la disciplina y para la vida.

INSTRUTIVOS:

1. Identificar las etapas de desarrollo de las TIC y su impacto en el comercio electrónico a nivel internacional, África y en particular en Angola.
2. Identificar las diferencias entre negocio electrónico y comercio electrónico y sus tipos.
3. Definir conceptos de Comercio electrónico y negocio electrónico y marketing.
4. Identificar los elementos básicos de los sistemas y aplicaciones de computación orientados al comercio electrónico y a la gestión turística.
5. Identificar los elementos para evaluar e incluir funcionalidades de comercio electrónico y servicios para sitios Web, blog, Perfil en redes sociales para el sector del turismo.
6. Interpretar la identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce como una de las soluciones para lograr una presencia del comercio electrónico en Internet.
7. Manipular herramientas básicas para crear, actualizar páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce, para el posicionamiento del comercio electrónico en Internet.
8. Identificar los elementos para evaluar los sitios Web, blog, perfiles de Facebook del sector del turismo y los viajes.
9. Argumentar los elementos fundamentales de un modelo de negocio de comercio electrónico y en particular en el turístico en Internet.
10. Identificar los elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que

medios usar para tanto.

11. Identificar el estado de las bases legales del comercio electrónico a nivel internacional, en África y Angola.
12. Explicar los avances y limitaciones del comercio electrónico en Angola, casos de Estudio de los sistemas presentes en Angola.
13. Valorar la importancia de los Sitios Web en destinos y grupos turísticos nacionales y que se debe tener en cuenta para su creación.
14. Caracterizar las acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
15. Identificar las particularidades de los sitios Web turísticos, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje.
16. Identificar los elementos esenciales para implementar una tienda virtual.
17. Identificar los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos.

IV. PLAN TEMÁTICO

No	Tema	Horas					T.
		C	PL	AP	S	PI	
1	Desarrollo de las TIC y el surgimiento de Internet, sus características, como funciona y los niveles de penetración actuales. Establecer las diferencias entre negocio electrónico y comercio electrónico y sus tipos.	3					3
2	Elementos fundamentales de un modelo de negocio turístico en Internet. Sistemas y aplicaciones de computación orientados a la gestión turística y como evaluarlos. Bases legales del comercio electrónico a nivel internacional y Angola.	4					4
3	Particularidades de la identidad virtual para el comercio electrónico, los sitios Web, correo electrónico, perfil en redes sociales (Facebook), blog con fines turístico, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje. Estudio de casos de éxitos de tiendas Virtuales y comercio				4		4

	electrónico a nivel Internacional y Angola.						
4	Actividad Práctica de los temas 1, 2 y 3, trabajo con las aplicaciones blog Word Press y del Woo Commerce			4			4
5	Elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para hacerlo. Herramientas para el correo electrónico, posicionamiento de los sitios Web, perfile en redes sociales (Facebook), blog con fines turístico.	4					4
6	Elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos. Evaluar servicios de correo electrónico, sitios Web, perfile en redes sociales (Facebook), blog sitios Web del sector del turismo y los viajes.				4		4
7	Actividad Práctica de los temas 5 y 6, trabajo con las aplicaciones blog Word Press y del Woo Commerce			4			4
8	Orientación tarea de curso.			1			1
9	Prueba Intrasemestral					2	2
10	Reserva	2					2
T.		13		9	8	2	32

Leyenda: Conferencia (C); Práctica de laboratorio (PL); Actividades Prácticas (AP); Seminario (S); Prueba Intra-semestral (PI).

V. SISTEMA DE CONOCIMIENTOS

Elementos esenciales de los avances de las TIC e Internet orientados al comercio electrónico y a la gestión turística. Infraestructura de Negocio electrónico. Negocio y Comercio Electrónico y tipos. Particularidades de la identidad virtual para el comercio electrónico, los sitios Web, correo electrónico, perfiles en redes sociales (Facebook), blog con fin turístico. Bases legales del comercio electrónico a nivel internacional e Angola. Trabajo práctico con aplicaciones para el comercio electrónico, tiendas virtuales y a actividades turística como el Woo Commerce y el Multicaixa Express elementos a tener en cuenta para abrir una tienda

virtual. Especificidades de la Mercadología para el sector turístico sobre Internet. Evaluación de sistemas y paquetes de aplicación en el comercio electrónico y la gestión turística. Análisis de casos de estudio de los sistemas presentes a nivel internacional y en Angola. Modelos de Negocio en Internet. Los sitios Web y su funcionalidad y propósitos de los destinos turísticos y empresas. Las Agencias de Viajes on Line y nuevas formas de intermediación. Evaluación de Sitios Web, blog, perfiles en Facebook para el comercio electrónico y el Turismo. Temas de Seguridad en el comercio electrónico y de las transacciones en línea. Normas de implementación de la seguridad en Angola y la atención a los clientes.

VI. OBJETIVOS Y CONTENIDOS POR TEMAS

TEMA 1: Desarrollo de las TIC y el surgimiento de Internet, sus características, como funciona y los niveles de penetración actuales. Establecer las diferencias entre negocio electrónico y comercio electrónico y sus tipos.

Objetivos:

- Identificar las etapas de desarrollo de las TIC y su impacto en el comercio electrónico a nivel internacional, África y en particular en Angola.
- Identificar las diferencias entre negocio electrónico y comercio electrónico y sus tipos.
- Definir conceptos de Comercio electrónico y negocio electrónico y marketing.
- Identificar los elementos básicos de los sistemas y aplicaciones de computación orientados al comercio electrónico y a la gestión turística.

Contenido:

- Las etapas de desarrollo de las TIC y su impacto en el comercio electrónico a nivel internacional, África y en particular en Angola.
- Conceptos de Comercio electrónico y negocio electrónico y marketing. Las diferencias entre ellos y sus tipos.
- Los elementos básicos de los sistemas y aplicaciones de computación orientados al comercio electrónico y a la gestión turística.

TEMA 2: Elementos fundamentales de un modelo de negocio turístico en Internet. Sistemas y aplicaciones de computación orientados a la gestión turística y como evaluarlos. Bases legales del comercio electrónico a nivel internacional y Angola.

Objetivos:

- Identificar los elementos básicos de los sistemas y aplicaciones de computación orientados al comercio electrónico y a la gestión turística.
- Argumentar los elementos fundamentales de un modelo de negocio de comercio electrónico y en particular en el turístico en Internet.
- Identificar el estado de las bases legales del comercio electrónico a nivel internacional, en África y Angola.
- Explicar los avances y limitaciones del comercio electrónico en Angola, casos de Estudio de los sistemas presentes en Angola.

Contenidos:

- Los elementos básicos de los sistemas y aplicaciones de computación orientados al comercio electrónico y a la gestión turística.
- Los elementos fundamentales de un modelo de negocio de comercio electrónico y en particular en el turístico en Internet.
- Las bases legales del comercio electrónico a nivel internacional, en África y Angola.
- Avances y limitaciones del comercio electrónico en Angola, casos de Estudio de los sistemas presentes en Angola y a nivel internacional.

TEMA 3: Seminario sobre las particularidades de la identidad virtual para el comercio electrónico, los sitios Web, correo electrónico, perfil en redes sociales (Facebook), blog con fines turístico, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje. Estudio de casos de éxitos de tiendas Virtuales y comercio electrónico a nivel Internacional y Angola.

Objetivos:

- Interpretar la identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce como una de las soluciones para lograr una presencia del comercio electrónico en Internet.
- Valorar la importancia de los Sitios Web en destinos y grupos turísticos nacionales y que se debe tener en cuenta para su creación.
- Caracterizar las acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Identificar los elementos esenciales para implementar una tienda virtual y atención al

cliente.

Contenidos:

- La identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce.
- Elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos.
- Importancia de los Sitios Web en destinos y grupos turísticos nacionales y que se debe tener en cuenta para su creación.
- Acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Elementos esenciales para implementar una tienda virtual y atención al cliente.

TEMA 4: Actividad Práctica de los temas 1, 2 y 3, trabajo con las aplicaciones blog WordPress y del Woo Commerce.

Objetivos:

- Manipular herramientas básicas para crear, actualizar páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce, para el posicionamiento del comercio electrónico en Internet.
- Identificar el estado de las bases legales del comercio electrónico a nivel internacional, en África y Angola.
- Explicar los avances y limitaciones del comercio electrónico a nivel internacional y en Angola, casos de Estudio de los sistemas presentes en Angola.
- Interpretar la identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce como una de las soluciones para lograr una presencia del comercio electrónico en Internet.
- Identificar los elementos esenciales para implementar una tienda virtual y atención al cliente.

Contenidos:

- Manipular herramientas básicas para crear, actualizar páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce.
- Estado de las bases legales del comercio electrónico a nivel internacional, en África y

Angola.

- Los avances y limitaciones del comercio electrónico a nivel internacional y en Angola, casos de Estudio de los sistemas presentes en Angola.
- La identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce.
- Elementos esenciales para implementar una tienda virtual y atención a los clientes.

TEMA 5: Elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para hacerlo. Herramientas para el correo electrónico, posicionamiento de los sitios Web, perfil en redes sociales (Facebook), blog con fines turístico.

Objetivos:

- Identificar los elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para tanto.
- Interpretar la identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce como una de las soluciones para lograr una presencia del comercio y marketing electrónico en Internet.
- Valorar la importancia de los Sitios Web en destinos y grupos turísticos nacionales y que se debe tener en cuenta para su creación y lograr una presencia del comercio y marketing electrónico en Internet.
- Caracterizar las acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Identificar los elementos esenciales para implementar un marketing electrónico en Internet.

Contenidos:

- Los elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para tanto.
- Identidad virtual a través de páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce como una de las soluciones para lograr una presencia del comercio y marketing electrónico en Internet.
- Importancia de los Sitios Web en destinos y

grupos turísticos nacionales y que se debe tener en cuenta para su creación y lograr una presencia del comercio y marketing electrónico en Internet.

- Acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Elementos esenciales para implementar un marketing electrónico en Internet.

TEMA 6: Seminario sobre los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos. Evaluar servicios de correo electrónico, sitios Web, perfil en redes sociales (Facebook), blog sitios Web del sector del turismo y los viajes.

Objetivos:

- Identificar los elementos para evaluar funcionalidades y servicios de sitios Web, Blog, Perfil en redes sociales para el comercio electrónico.
- Identificar las particularidades de los sitios Web turísticos, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje.
- Identificar los pasos necesarios para incluir funcionalidades de comercio electrónico en Sitios Web, blog, perfiles de Facebook del sector del turismo y los viajes de destinos y empresas turísticas.
- Identificar los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos.

Contenidos:

- Elementos para evaluar funcionalidades y servicios de sitios Web, Blog, Perfil en redes sociales para el comercio electrónico.
- Particularidades de los sitios Web turísticos, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje.
- Pasos necesarios para incluir funcionalidades de comercio electrónico en Sitios Web, blog, perfiles de Facebook del sector del turismo y los viajes de destinos y empresas turísticas.
- Elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos.

TEMA 7: Actividad Práctica de los temas 5 y 6, trabajo con las aplicaciones blog WordPress y del Woo Commerce.

Objetivos:

- Manipular herramientas básicas para crear, actualizar páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce, para el posicionamiento del comercio electrónico en Internet.
- Identificar los elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para tanto.
- Caracterizar las acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Identificar los elementos esenciales para implementar un marketing electrónico en Internet.
- Identificar los elementos para evaluar funcionalidades y servicios de sitios Web, Bolg, Perfil en redes sociales para el comercio electrónico.
- Identificar los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos.

Contenidos:

- Manipular herramientas básicas para crear, actualizar páginas Web, perfiles en redes sociales, correo electrónico, blog y Woo Commerce, para el posicionamiento del comercio electrónico en Internet.
- Identificar los elementos para las campañas de promoción y marketing electrónicos y que medios usar para tanto.
- Caracterizar las acciones para la promoción, posicionamiento y desarrollo de un Sitio Web como parte del patrimonio de la empresa turística.
- Identificar los elementos esenciales para implementar un marketing electrónico en Internet.
- Identificar los elementos para evaluar funcionalidades y servicios de sitios Web, Bolg, Perfil en redes sociales para el comercio electrónico.
- Identificar los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos.

VII. SISTEMA DE HABILIDADES

- Identificar
- Definir conceptos
- Interpretar
- Argumentar
- Caracterizar
- Manipular herramientas informáticas y servicios en Internet
- Explicar
- Valorar

VIII. SISTEMA DE VALORES

- Amor la profesión
- Creatividad
- Ética profesional
- Honestidad
- Integridad
- Laboriosidad
- Responsabilidad
- Solidaridad

IX. SISTEMA DE AVALUACIÓN

- Evaluación sistemática
- Evaluación en Seminarios
- Evaluación de las actividades prácticas
- Prueba Intra-semestral
- Tarea de Curso

La evaluación, como proceso, debe desarrollarse de forma frecuente en todas las clases con previa planificación por parte del profesor, se realizarán dos seminarios, uno sobre las particularidades de la identidad virtual para el comercio electrónico, los sitios Web, correo electrónico, perfiles en redes sociales (Facebook), blog con fines turístico, en especial para los destinos, grupos o cadenas hoteleras y Agencias de viaje. Estudio de casos de éxitos de tiendas Virtuales y comercio electrónico a nivel Internacional y Angola y otro referido a los elementos de seguridad y legalidad para que funcione eficazmente el comercio electrónico de servicios turísticos. Evaluar servicios de correo electrónico, sitios Web, perfile en redes sociales (Facebook), blog sitios Web del sector del turismo y los viajes, estas evaluaciones aportarán en el

momento de determinar la nota final del estudiante.

La prueba intra-semestral será un examen teórico donde se evaluarán los objetivos propuestos en la disciplina de los 7 temas desarrollados en el curso.

Las evaluaciones de las actividades prácticas tendrán en cuenta el nivel de destrezas y habilidades demostradas por los estudiantes en el manejo de las herramientas informáticas utilizadas.

La tarea de curso se orientará con tiempo suficiente a los estudiantes donde abarcará todos los contenidos del curso, será un trabajo investigativo sobre el comercio electrónico en Angola y en su provincia, municipio y su desenvolvimiento, ventajas, limitaciones entre otros aspectos, se entregará de forma escrita con no más de 10 páginas y una presentación electrónica.

X. ORIENTACIONES METODOLOGICAS

La disciplina se desarrolla en un semestre con un total de 32 horas a tres frecuencias semanales, tiene un carácter teórico y práctico y se estructuró en 7 temas que agrupan niveles de conocimientos y habilidades afines. Las clases están constituidas por conferencias, clases prácticas o actividades prácticas y seminarios.

Conferencias o Clases teóricas: Explicación de los contenidos de cada tema y de los ejercicios propuestos. Utilización de recursos audiovisuales y presentaciones electrónicas. Fomentar la participación de los estudiantes a través de ejemplos relacionados con los contenidos expuestos para que expresen sus opiniones desde experiencias análogas.

Clases prácticas: El alumno debe desarrollar los ejercicios propuestos, con el aseguramiento del profesor, se entregará con tiempo suficiente las guías de clases o actividades prácticas que se realizan en el laboratorio de informática. Para su aseguramiento se debe tener instalado en el laboratorio la aplicación WordPress y Woo Commerce herramientas que utilizarán los estudiantes.

Las guías de clases prácticas se elaborarán formulando ejercicios a través de situaciones problemáticas, se presentarán estudios de casos reales o hipotéticos donde los estudiantes reflexionarán sobre determinados aspectos, se confeccionarán preguntas de completamiento, de enlazar, de selección de elementos que se consideren correctos y su explicación, de verdadero y falso y justificar las que se consideren verdaderas, entre otras.

Importante que los profesores orienten prácticas de

búsqueda de información en internet y su procesamiento por parte de los estudiantes, visita a sitios de comercio electrónico, tiendas virtuales internacionales y de Angola. Así como promover la instalación de herramientas de comercio electrónico en los dispositivos móviles como Multicaixa Express, para valorar su funcionamiento y utilidad, entre otros.

Se debe tener previsto casos de estudio de comercio electrónico a nivel internacional y nacional, donde puedan analizar sus ventajas y limitaciones.

En las clases prácticas se emplearán métodos de trabajo de la disciplina que le permitirán utilizar y aplicar de modo independiente y colaborativo los conocimientos adquiridos, de igual forma en los seminarios, los que serán orientados con tiempo suficiente.

En los seminarios deben enfocarse a que se apliquen los temas de la disciplina, al sector del turismo o de la carrera que se estudia el tema.

Se recomienda elaborar una guía de preguntas para su exposición y debate por parte de los estudiantes de forma individual o en equipos de trabajo.

Se debe contar con la bibliografía requerida y actualizada, en formato digital o en formato impreso y sitios de internet donde se aborda el tema, se debe disponer de salones equipados con computadoras, proyectores e instalaciones de software de aplicaciones de uso común.

Si la universidad cuenta con un aula virtual, todos estos materiales pueden ser ubicados en la plataforma para que los estudiantes y profesores tengan acceso a los contenidos en cualquier momento utilizando este recurso.

XI. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA DEL PROGRAMA

Almeida, F. (2020). O comércio eletrônico tem margem para forte crescimento em Angola. Entrevista Jornal de Angola Online. Disponible en http://jornaldeangola.sapo.ao/entrevista/o_comercio_electronico_tem_margem_para_forte_crescimento_em_angola#

Bendje, C. (2020a). 5 motivos incríveis para usar o E-mail Profissional na sua empresa. Disponible en <https://xbytessolutions.com/5-motivos-incriveis-para-usar-o-e-mail-profissional/?nonamp=1>

Bendje, C. (2020b). Como abrir uma Loja Online em Angola. Disponible en <https://xbytessolutions.com/como-abrir-loja-online-em-angola/?nonamp=1>

Datos, Mundial. (2019). Telecomunicaciones en Angola. Disponible en

<https://www.datosmundial.com/>

Gonsalves, P. (2020a). 10 Dicas de como manter o cliente fiel ao seu negócio. Disponible en <https://xbytessolutions.com/10-dicas-de-como-manter-o-cliente-fiel-ao-seu-negocio/?nonamp=1>

Gonsalves, P. (2020b). 10 Razões para usar o marketing de conteúdo na sua estratégia de venda. Disponible en <https://xbytessolutions.com/marketing-de-conteudo-na-sua-estrategia-de-venda/?nonamp=1>

Gonsalves, P. (2020c). Redes sociais como poderosa ferramenta de marketing para o seu negócio. Disponible en <https://xbytessolutions.com/redes-sociais-ferramenta-de-marketing-para-negocio/?nonamp=1>

Homem, M. (2020). Governo decide regular o comércio eletrônico. Disponible en <http://jornaldeangola.sapo.ao/economia>

Internet World Stats - Web Site Directory. (2020). Estadísticas mundiales de usuarios de Internet. Disponible en www.internetworldstats.com

Matondo, K. (2014). Comércio Eletrónico em Angola: Impacto e Desafio Face à Internacionalização de uma Empresa de Transporte Aéreo - Caso TAAG. Tese do Grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Instituto Politécnico do Porto.

Salgado, J. (2009). El Negocio electrónico en el Turismo. Editorial Felix Varela. Universidad de Villa Clara. Cuba.

Savita, A. (2020a). As tendências do comércio eletrônico no mercado angolano. Disponilbe en <https://xbytessolutions.com/os-5-principais-meios-para-divulgar-seu-negocio-na-internet/amp/>

Savita, A. (2020b). Identidade visual: Erros mais comuns que podem arruinar a sua empresa ou negócio. Disponible en <https://xbytessolutions.com/erros-comuns-de-identidade-visual-que-podem-arruinar-vendas/?nonamp=1>

Zhu, Z. (2015). Vantagens e desvantagens do comércio eletrônico. Disponible en <http://expansao.co.ao/artigo/60537/vantagens-e-desvantagens-do-comercio-electronico?seccao=3#>

Para alcanzar la propuesta de mejoramiento del programa de la disciplina Comercio Electrónico en Turismo en la Escuela Superior de Hotelería y Turismo en la Universidad de Cuito Cuanavale se tuvieron en cuenta tres etapas que son las siguientes:

Primera etapa, diagnóstico

En esta etapa se realiza un diagnóstico de las tendencias de los programas de la disciplina o asignatura comercio electrónico a nivel nacional e internacional en las universidades y otras organizaciones, a los docentes y directivos sobre sus competencias en esta materia.

A partir del diagnóstico inicial posibilitó:

- La identificación de las fortalezas y las debilidades en cada una de las áreas del programa actual y diseñar las acciones de mejoras.
- Ofrecer las acciones de mejoras que posibilitarán a los docentes y estudiantes contar con recursos disponibles para el desarrollo de los temas y para potenciar las habilidades investigativas y en la atención diferenciada que se le brinda al alumno.
- Ofrecer a los docentes y directivos los fundamentos teóricos metodológicos que sustentan una actualización y contextualización del programa de la disciplina comercio electrónico en aras transformar el programa actual en uno contemporáneo con sus características esenciales.
- La introducción de los contenidos de comercio electrónico contextualizados, pedagógicamente tratados, en el proceso educativo es una fuente de motivación hacia ese proceso, porque lo hace más significativo e induce a los estudiantes a profundizar en los contenidos, a ampliarlos, a encontrar las conexiones, esto tiene efectos en el desarrollo de habilidades intelectuales y prácticas.
- Determinar los contextos del proceso educativo en que se incluirá el tratamiento de los contenidos de comercio electrónico contextualizados.
- Que los contenidos de comercio electrónico contextualizados deben vincularse con la práctica pedagógica y la práctica social y de este modo servir de apoyo para el diseño y concepción de las actividades a realizar para el tratamiento de los temas, así como para valorar

críticamente su aprendizaje.

- La actualización de la bibliografía y recursos didácticos a utilizar para el desarrollo del programa.

Segunda etapa, elaboración de la propuesta de programa de la disciplina

En esta etapa en correspondencia con los resultados del diagnóstico se elabora el programa de la disciplina comercio electrónico actualizado y contextualizado lo que posibilitó entre otros elementos.

- Realizar la comparación y sistematización de las tendencias del estudio diagnóstico realizado en correspondencia con las necesidades diagnosticadas.
- Proponer los diferentes temas y contenidos que serán abordados.
- Proponer el sistema de habilidades y valores.
- Proponer los contenidos y objetivos por cada tema.
- Proponer el sistema de evaluación.
- Elaborar las orientaciones metodológicas para desarrollar el programa.
- Seleccionar la propuesta de herramientas TIC que serían utilizadas en el desarrollo de los contenidos.
- Elaborar guías de ejercicios y seminarios.
- Seleccionar y elaborar audiovisuales, presentaciones electrónicas de los diferentes temas y contenidos.
- Compilar bibliografía actualizada sobre el tema.
- Someter a la consideración de docentes y directivos la propuesta elaborada, los cuales emitieron criterios muy adecuados y de su pertinencia.

Tercera etapa, puesta en práctica del programa elaborado

La tercera etapa consistió en la puesta en práctica de la propuesta, fue aplicada en la práctica pedagógica con estudiantes de 3er año de la universidad de Cuito Cuanavale de la Escuela Superior de Hotelería y Turismo, con resultados satisfactorio.

4. CONCLUSIONES

El estudio realizado a las tendencias del comercio electrónico en la formación universitaria, sus

antecedentes históricos, las ventajas del nuevo escenario tecnológico, los enfoques y reformas de educación superior, las tecnologías para la virtualización y los recursos educativos unido a los elementos teóricos y prácticos más actuales de las TIC, a partir de presupuestos teóricos de la didáctica como fundamento teórico y práctico de una concepción curricular, el papel de los profesores universitarios en el proceso de transformación social de las universidades, sirven de base para la construcción de un marco teórico imprescindible para desarrollar e implementar una actualización y contextualización del programa de la disciplina de comercio electrónico en la formación universitaria, que da respuesta a las demandas del estudio de esta temática y contribuye a incrementar la pertinencia de la universidad, que responde a las exigencias de la sociedad.

El diagnóstico inicial efectuado al programa de estudio de la disciplina comercio electrónico en la Universidad de Cuito Cuanavale, a los docentes y directivos y las tendencias de otros programas a nivel internacional y nacional, demostró la existía insuficiencias en la concepción teórica y metodológica del programa actual y su necesaria actualización y contextualización a las necesidades sociales y al proceso educativo.

La elaboración del programa de la disciplina proporcionó elaborar su estructura con su fundamentación correspondiente, sus objetivos, el plan temático, objetivos y contenidos por temas, orientaciones metodológicas para los docentes para el desarrollo de los temas, sistema de evaluación y bibliografía, se distingue por determinar los problemas del comercio electrónico como contenido de la educación.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Díaz, T. (2014). La disciplina o asignatura docente: su papel en el contexto del programa académico. *Metodología para la elaboración de programas*, Universidad de Pinar del Río, Cuba. Disponible en material [PDF] digital.
- eCommerce Institute. (2020). Curso ABC del Comercio Electrónico y los Negocios Digitales. Disponible en www.ecapacitacion.org
- Fondo Social Europeo. (2020). Curso de Comercio Electrónico. Disponible en <https://www.oei.es>
- García Gallego, J., Martín Romero, R. (2020). Programa del Curso "Comercio electrónico y Marketing Online: Amplía tus límites". Disponible en www.RevistasBlogs.com

- Herrera, G. (2018). Papel de los programas de disciplinas y asignaturas en el perfeccionamiento del proceso enseñanza aprendizaje. *Revista Ciencias Médicas*, Vol. 22 No.1, Pinar del Río Cuba ene.-feb. 2018, versión On-line ISSN 1561-3194.
- ICEX-CECO. (2020). Curso en Comercio Electrónico Internacional. Disponible en www.icex-ceco.es
- Instituto de la Economía Digital. (2020). Programa Superior de Comercio Electrónico. Disponible en www.esic.edu
- Instituto Europeo de Asesoría Fiscal. (2020). Curso Experto de Técnicas de ventas y Comercio Electrónico. Disponible en www.ineaf.es
- Lebschoo. (2020). Curso introductorio al comercio electrónico. Disponible en <https://www.iebschool.com/terminos/#politica-cookies>
- Maldonado, J. (2017). Monografía sobre Comercio electrónico. Ideas fundamentales. Catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Disponible en <https://www.gestiopolis.com/comercio-electronico-ideas-fundamentales/>
- Matondo, K. (2014). *Comércio Eletrónico em Angola: Impacto e Desafio Face à Internacionalização de uma Empresa de Transporte Aéreo - Caso TAAG*. Tese do Grau de Mestre em Empreendedorismo e Internacionalização. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto Instituto Politécnico do Porto. Disponible en <https://core.ac.uk>
- Naciones Unidas. (2015). Informe sobre la economía de la información 2015 - Liberar el potencial del comercio electrónico para los países en desarrollo. Disponible en <http://unctad.org/es/paginas/PublicationWebflver.aspx?publicationid=1146>
- Quintero, A. (2008). Comercio Electrónico, una disciplina que requiere la alineación de muchos esfuerzos. Módulo 12: Comercio Electrónico, *Diplomado de Tecnologías de la Información*, UNAM, 2008. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos/edi/edi.shtml>
- Rodríguez, M.; Flores, J.; Zallas, F. (2020). Desarrollo de curso “comercio electrónico” en plataforma Moodle para el programa de educación continua de la Universidad Estatal De Sonora. Disponible en la *Revista Iberoamericana de Ciencias Computacionales e Informática*. Vol. 7, Núm. 13 Enero – Junio 2018. ISSN :2007-9915. Disponible en <https://www.reci.org.mx/index.php/reci/article/view/85>
- Rosas, R. (2020). Monografía sobre Análisis del Nivel de Conocimiento y Aceptación del Comercio Electrónico en la Zona Costa del Departamento de Ancash. Disponible en <https://www.monografias.com/about-us/privacy#cookie-declaration>
- Salgado, J. (2009). *El Negocio electrónico en el Turismo*. Editorial Felix Varela. Universidad de Villa Clara. Cuba.
- Sifuentes, M.C., y otros. (2014). Evaluación y acreditación. Consideraciones y retos para el consejo nacional de educación odontológica A.C. (Conaedo). En CD. *Memorias del 9no Congreso internacional de Educación Superior*. Universidad 2014.
- Universidad de Nebrija. (2020). Curso de comercio electrónico. Disponible en <https://www.nebrija.com/nuevos-estudiantes/>
- Universidad Isabel I. (2020). Curso de Comercio Electrónico. Disponible en <https://www.ui1.es>