

## Ficha técnica

### E-commerce 2023

Negocios, tecnología, sociedad

#### Autores

Kenneth C. Laudon  
Universidad de Nueva York  
Carol Guercio Traver  
Azimuth Interactive, Inc.

#### Revisión técnica

Lic. Armando Vázquez Rodríguez  
Escuela Superior de Comercio y Administración •  
Instituto Politécnica Nacional

## Objetivo



**E-commerce 2023. Negocios, tecnología, sociedad** en su nueva edición (primera en español, decimoséptima en inglés) proporciona una introducción actualizada y en profundidad al campo del comercio electrónico.

Se enfoca en los conceptos clave, y en los últimos datos empíricos y financieros, que ayudan a entender y aprovechar el mundo de oportunidades en constante evolución que ofrece el comercio electrónico, el cual está alterando drásticamente la forma en que se realizan los negocios e impulsando cambios importantes en la economía global.

## E-commerce 2023

Negocios, tecnología, sociedad



Kenneth C. Laudon  
Carol Guercio Traver



**ISBN E-PUB:** 9786073259866

**ISBN-ETEXT:** 978-607-32-6052-7

**Edición:** 1<sup>a</sup>

**Nivel de enseñanza:** College

**Área/Subárea:** Marketing

**Núm. de tintas:** 1



## Características (promotips)

Actualmente, cada industria está tocada de alguna manera por el comercio electrónico, por lo que esta nueva edición presenta los últimos desarrollos en negocios, tecnología y sociedad que están impactando el comercio electrónico.

Las siguientes son algunas de las nuevas características más destacadas en esta edición.

1. Utiliza los datos disponibles más recientes y se enfoca en empresas con las que se convive a diario, como Meta de Facebook e Instagram, Google, Amazon, Apple, TikTok, YouTube, Twitter, eBay, Uber, y muchas más.
2. Tiene una cobertura actualizada de temas clave, desde privacidad y piratería hasta vigilancia gubernamental, cibercrimen, **fintech**, marketing social-local-móvil, propiedad intelectual y muchos más.
3. El texto, así como los datos, las figuras y tablas se han actualizado hasta septiembre de 2022 con la información más reciente disponible de fuentes de la industria y del gobierno.
4. La pedagogía del libro enfatiza la conciencia cognitiva del estudiante y la capacidad de analizar, sintetizar, y evaluar negocios de comercio electrónico.
5. Aunque hay una fuerte base de datos y conceptual en

el libro, se busca captar el interés del estudiante con una escritura animada acerca de los negocios de comercio electrónico y la transformación de los

6. modelos de negocio en las empresas tradicionales. Se ha prestado especial atención a lo largo del libro
7. al contexto social y legal del comercio electrónico. Este texto está bien fundamentado en la literatura de investigación acerca del comercio electrónico. En todos los capítulos se ha procurado incluir referencias y análisis de los resultados más recientes de la investigación respecto al comercio electrónico.

Material de apoyo para docentes:

- Manual del docente
- Presentaciones en PowerPoint
- Banco de reactivos
- Casos en video

Consulte a su Asesor de Servicios de Aprendizaje de Pearson o escriba a [hedsoporte@pearson.com](mailto:hedsoporte@pearson.com) para obtener información respecto a los recursos y material descargable para docentes.



## Ventajas competitivas

Para apoyar a los estudiantes a desarrollar sus habilidades, esta obra integra una gama de ejercicios como parte de su enfoque práctico, lo que contribuye a generar un balance entre el saber y el saber hacer.

Entre las ventajas sustanciales de esta edición destacan:

- ★ Nuevos e importantes desarrollos ocurren casi todos los días en el comercio electrónico e Internet, por lo que esta nueva edición captura tantos de estos importantes nuevos desarrollos como sea posible.
  - ★ Enfatiza las tres principales fuerzas impulsoras que impregnan todos los aspectos del comercio electrónico: desarrollo y estrategia de negocios, innovaciones tecnológicas, y cuestiones e impactos sociales y legales. En cada capítulo se explora cómo estas fuerzas se relacionan con el tema principal del capítulo, lo que proporciona a los estudiantes un fuerte y coherente marco conceptual para entender el comercio electrónico.
  - ★ El libro contiene cientos de ejemplos de empresas reales y 60 casos extensos que sitúan la cobertura
- en el contexto de los negocios de comercio electrónico reales. Estos ejemplos se encuentran en cada capítulo, así como en secciones especiales como los casos de apertura y cierre de capítulo, y "Perspectiva sobre".
- ★ El texto ofrece una mirada realista al mundo del comercio electrónico, describiendo lo que está funcionando y no, en lugar de presentar un punto de vista puramente "académico".
  - ★ El Capítulo 8 está dedicado a una exploración exhaustiva de las dimensiones éticas del comercio electrónico, incluyendo la privacidad de la información, la propiedad intelectual, la gobernanza, la protección de la seguridad y el bienestar público en Internet.
  - ★ Se dedica un capítulo entero a examinar el comercio electrónico B2B. Al escribir este capítulo, se ha desarrollado un esquema de clasificación único y fácil de entender para ayudar a los estudiantes a comprender este complejo ámbito del comercio electrónico.



# Contenido

## Prefacio

## PARTE 1. Introducción al comercio electrónico

### CAPÍTULO 1 La revolución apenas comienza

- 1.1 Los primeros cinco minutos: por qué debes estudiar el comercio electrónico
  - 1.2 Introducción al comercio electrónico
  - 1.3 Características únicas de la tecnología de comercio electrónico
  - 1.4 Tipos de comercio electrónico
  - 1.5 E-commerce: una breve historia
  - 1.6 Comprender el comercio electrónico: organizando temas
  - 1.7 Carreras en comercio electrónico
  - 1.8 Estudio de caso
  - 1.9 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 2 Comercio electrónico. Modelos y conceptos de negocios

- 2.1 Modelos de negocios de comercio electrónico
  - 2.2 Principales modelos de negocio B2C (business-to-consumer)
  - 2.3 Principales modelos de negocio B2B (business-to-business)
  - 2.4 Cómo cambia el comercio electrónico a los negocios: estrategia, estructura y proceso
  - 2.5 Carreras en comercio electrónico
  - 2.6 Estudio de caso
  - 2.7 Revisión
- Referencias

## PARTE 2. Infraestructura tecnológica para el comercio electrónico

### CAPÍTULO 3 Infraestructura del comercio electrónico: Internet, la Web y la plataforma móvil

- 3.1 Internet: antecedentes tecnológicos
  - 3.2 Infraestructura y acceso a Internet
  - 3.3 La Web
  - 3.4 Internet y la Web: características y servicios
  - 3.5 Aplicaciones móviles
  - 3.6 Carreras de comercio electrónico
  - 3.7 Estudio de caso
  - 3.8 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 4 Construyendo una presencia de comercio electrónico: sitios web, sitios móviles y aplicaciones

- 4.1 Imagina tu presencia de comercio electrónico
  - 4.2 Construyendo una presencia de comercio electrónico: un enfoque sistemático
  - 4.3 Elección de software
  - 4.4 Elección del hardware
  - 4.5 Otras herramientas del sitio de comercio electrónico
  - 4.6 Desarrollo de un sitio web móvil y construcción de aplicaciones móviles
  - 4.7 Carreras de comercio electrónico
  - 4.8 Estudio de caso
  - 4.9 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 5 Seguridad en el comercio electrónico y sistemas de pago

- 5.1 El entorno de seguridad del comercio electrónico
  - 5.2 Amenazas de seguridad en el entorno del comercio electrónico
  - 5.3 Soluciones tecnológicas
  - 5.4 Políticas de gestión, procedimientos empresariales y leyes públicas
  - 5.5 Sistemas de pago de comercio electrónico
  - 5.6 Carreras de comercio electrónico
  - 5.7 Estudio de caso
  - 5.8 Revisión
- Referencias

## PARTE 3. Conceptos de negocio y problemas sociales

### CAPÍTULO 6 Conceptos de marketing y publicidad en E-commerce

- 6.1 Consumidores en línea: la audiencia en línea y comportamiento del consumidor
  - 6.2 Estrategias y herramientas de marketing y publicidad de comercio digital
  - 6.3 Tecnologías de marketing en línea
  - 6.4 Entendiendo los costos y beneficios de las comunicaciones de marketing en línea
  - 6.5 Carreras en comercio electrónico
  - 6.6 Estudio de caso
  - 6.7 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 7 Marketing social, móvil y local

- 7.1 Introducción al marketing social, móvil y local
- 7.2 Marketing social
- 7.3 Marketing móvil
- 7.4 Marketing móvil, local y basado en la localización
- 7.5 Carreras en comercio electrónico
- 7.6 Estudio de caso
- 7.7 Revisión

## Referencias

### CAPÍTULO 8 Asuntos éticos, sociales y políticos en comercio electrónico

- 8.1 Entendiendo los asuntos éticos, sociales y políticos en comercio electrónico
- 8.2 Privacidad y derechos de información
- 8.3 Derechos de propiedad intelectual
- 8.4 Gobernanza
- 8.5 Seguridad pública y bienestar
- 8.6 Carreras en comercio electrónico
- 8.7 Estudio de caso
- 8.8 Revisión
- Revisión

## PARTE 4. Comercio en acción

### CAPÍTULO 9 Venta al por menor y servicios en línea

- 9.1 Analizando la viabilidad de las empresas en línea
- 9.2 El sector de venta al por menor: fuera de línea y en línea
- 9.3 E-commerce en acción: modelos de negocio de venta al por menor en línea
- 9.4 El sector de servicios: fuera de línea y en línea
- 9.8 Empresas de servicios sobre pedido
- 9.9 Carreras en comercio electrónico
- 9.10 Estudio de caso
- 9.11 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 10 Contenido y medios en línea

- 10.1 Contenido en línea
- 10.2 La industria de las publicaciones en línea

- 10.3 La industria del entrenamiento en línea
- 10.4 Creadores y contenidos generados por los usuarios
- 10.5 Carreras en comercio electrónico
- 10.6 Caso de estudio
- 10.7 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 11 Redes sociales, subastas y portales

- 11.1 Redes sociales y comunidades en línea
- 11.2 Subastas en línea
- 11.3 Portales de comercio electrónico
- 11.4 Carreras en comercio electrónico
- 11.5 Estudio de caso
- 11.6 Revisión
- Referencias

### CAPÍTULO 12 Comercio electrónico B2B: gestión de la cadena de suministro y comercio colaborativo

- 12.1 Una visión general del comercio electrónico B2B
- 12.2 Proceso de adquisición y cadenas de suministro
- 12.3 Tendencias en la gestión de la cadena de suministro y el comercio colaborativo
- 12.4 Mercados de comercio electrónico B2B: el lado de ventas del B2B
- 12.5 Redes privadas B2B
- 12.6 Carreras en comercio electrónico
- 12.7 Estudio de caso
- 12.8 Revisión
- Referencias
- Glosario