

## Ficha técnica

### E-commerce 2023

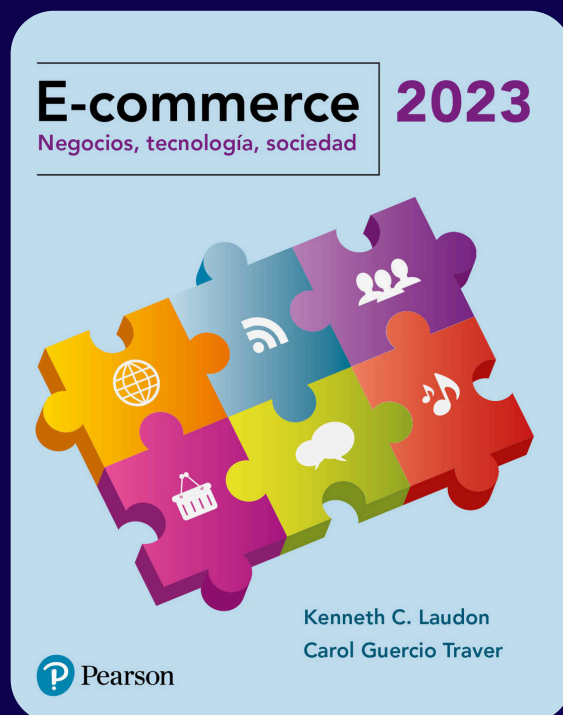
Negocios, tecnología, sociedad

#### 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.

ISBN E-PUB: 9786073259866

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

Edición: 1ª

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 modelos de negocio en las empresas tradicionales. Se ha prestado especial atención a lo largo del libro 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.



## 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