

Alineación estratégica de procesos de negocios electrónicos

Norma Angélica Pedraza Melo

Pearson Custom Publishing

México • Argentina • Brasil • Colombia • Costa Rica • Chile • Ecuador
España • Guatemala • Panamá • Perú • Puerto Rico • Uruguay • Venezuela

PEDRAZA MELO, NORMA ANGÉLICA
Alineación estratégica de procesos de negocios
electrónicos

PEARSON EDUCACIÓN, México, 2011

ISBN: 978-607-32-0412-5

Área: Administración y economía

Formato: 18.5 × 23.5 cm

Páginas: 160

Todos los derechos reservados

Editor: Carlos Mario Ramírez Torres
carlosmario.ramirez@pearson.com
Editora de desarrollo: Araceli Calderón Salas
Supervisor de producción: Rodrigo Romero Villalobos

PRIMERA EDICIÓN, 2011

D.R.© 2011 por Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
Atlacomulco 500 – 5o. piso
Industrial Atoto, 53519
Naucalpan de Juárez, Estado de México

Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana. Reg. Núm. 1031

Custom Publishing es una marca registrada de Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación pueden reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin permiso previo por escrito del editor.

El préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso de este ejemplar requerirá también la autorización del editor o de sus representantes.

ISBN: 978-607-32-0412-5
Impreso en México. *Printed in Mexico*
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 – 14 13 12 11

**Pearson Custom
Publishing**
es una división de

PEARSON

www.pearsoneducacion.net

Contenido

Introducción	ix
Capítulo 1 Importancia del análisis de la alineación estratégica de la tecnología de información y el negocio	1
Capítulo 2 El papel de la estrategia de negocio en el sector empresarial	7
Concepto de estrategia	8
Clasificación de estrategias por nivel en la organización	9
Tipología de estrategias de negocios	11
Estrategias competitivas genéricas	13
Estrategia de liderazgo en costos	14
Estrategia de diferenciación	15
Estrategia de enfoque	15
Generalidades del proceso de administración estratégica	16
Capítulo 3 La tecnología de información y su importancia estratégica para la empresa	19
Enfoques de la administración de la tecnología	19
Clasificación de la tecnología y categorización de la TI	21
Estrategia tecnológica y planeación estratégica de la TI	22
Concepto de TIC y sus componentes	23
Importancia de las aplicaciones de TIC en la habilitación de procesos de negocios	25
Generalidades de Internet, Intranet, Extranet y su comparación	26
Sistemas de información (SI), concepto y clasificación	30
Lenguajes de comunicación y estandarización	34
Capítulo 4 Los negocios electrónicos (<i>e-business</i>), su evolución, tipología e importancia en el sector empresarial	37
<i>E-commerce</i> vs. <i>e-business</i>	37
Concepto de <i>e-business</i>	38
Prácticas de procesos de negocios electrónicos (<i>e-business</i>)	41
Etapas de la evolución de modelos de negocios electrónicos (<i>e-business</i>)	43
Tipología de modelos de negocios electrónicos	44
B2B (negocio a negocio)	45
B2C (negocio a consumidor)	46
B2E (negocio a empleados)	46
C2B (consumidor a negocio)	46
C2C (consumidor a consumidor)	46
G2B (gobierno a empresa) y G2C (gobierno a ciudadano)	47