

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
CARRERA DE DIRECCION DE EMPRESAS
CATEDRA DE GERENCIA DE SISTEMAS DE BASES DE DATOS

**DN-0472: Gerencia de Sistemas de Bases de Datos y Comercio
Electrónico**
I Semestre, 2006

Créditos: 3

Horas lectivas por semana: 3 horas

Requisitos: DN-0271: Sistemas de Información Gerencial

Correquisitos: No tiene

Ubicación en el Plan de estudios: Cuarto año de la Carrera de Dirección de Empresas

Perfil recomendado del estudiante: Estudiantes próximos a graduarse en bachillerato que han llevado cursos formales de Sistemas de Información, Mercadeo y Finanzas.

Profesores: Sede Rodrigo Facio: MBA. Gastón Arce Cordero, M.B.A. John Ruiz Segura, Ing. Iván Rojas Barrantes, Lic. Alvaro Cruz Sauma, Lic. José Pablo Meléndez, M.S.I. Roberto Porras León (coordinador)
Recinto de Guápiles:
Recinto de Paraíso: Ing. Iván Rojas Barrantes
Sede Regional de Guanacaste:
Sede Regional de Occidente
Sede del Pacífico:

Descripción del Curso:

El curso ofrece al estudiante la oportunidad de conocer y profundizar en el uso estratégico de las tecnologías de información a través del Negocio Electrónico (e-business) y el Comercio Electrónico (e-commerce), como medio estratégico para explotar nuevas oportunidades de mercado y alcanzar ventajas competitivas en la era de la empresa digital. Asimismo el significado de Gobierno de Tecnologías de Información (TI) y Gobierno Electrónico y analiza la gestión eficiente de la información a través de nuevas herramientas de bases de datos. El curso no tiene correquisitos.

Objetivos Generales:

Proporcionar al futuro Gerente los conocimientos teóricos y prácticos básicos sobre el diseño de estrategias de negocio y comercio electrónicos, a través del uso eficiente y creativo de la tecnología, para obtener ventajas competitivas.

Conocer algunas de las herramientas que existen en el mercado para la gestión de Bases de Datos, orientadas a la toma de decisiones.

Entender el significado del Gobierno de TI y Gobierno Electrónico y sus implicaciones en la empresa.

Facilitar en el estudiante el desarrollo de la autonomía, el pensamiento crítico, actitudes colaborativas, destrezas profesionales y capacidad de autoevaluación.

Objetivos Específicos:

De Negocios:

El estudiante será capaz de:

- Conocer el uso y aplicación de la Internet para el diseño y creación de negocios electrónicos que le permitan ser parte del proceso de transformación de la empresa hacia el uso intensivo de la tecnología de información en la era digital.

- Identificar los elementos más significativos en la transformación de la empresa hacia la era digital a través de los conceptos de Gobierno de TI y Gobierno Electrónico.
- Conocer las principales características de algunas herramientas de gestión de Bases de Datos.
- Diseñar una estrategia de comercio electrónico a través de Internet.

Didácticos

El estudiante será capaz de:

- Asumir la responsabilidad de su propio aprendizaje, desarrollando las habilidades de buscar, seleccionar, analizar y evaluar la información, asumiendo un papel más activo en la construcción de su propio conocimiento.
- Tener un papel participativo y colaborativo en el proceso a través de las actividades que le permitan exponer e intercambiar ideas, aportaciones, opiniones y experiencias con sus compañeros, convirtiendo así la vida en el aula en un foro abierto a la reflexión y al contraste crítico de pareceres y opiniones.
- Tomar contacto con su entorno para intervenir social y profesionalmente en él, a través de actividades como trabajar en proyectos, estudiar casos y proponer solución a problemas.
- Comprometerse en un proceso de reflexión sobre lo que hace, cómo lo hace y qué resultados logra, proponiendo también acciones concretas para su mejoramiento.

Contenidos:

Sesión 1. *Panorama general de la estructura del Comercio Electrónico.*

- ¿Cómo se usa la Internet en los procesos de negocios
- ¿Qué es el comercio electrónico?
- ¿En qué se diferencia el comercio electrónico del comercio tradicional?
- ¿Cuál es el proceso de la toma de decisiones en el Comercio Electrónico?

Práctica de laboratorio 1: Búsqueda en Internet de fuentes de información para el curso.

Trabajo de investigación 1: ¿Cómo obtener un dominio en Internet? Sitios de hospedaje y sus costos.

Sesión 2. *Diseño de una estrategia para la creación de un negocio electrónico*

- ¿Qué es un modelo de negocios?
- Guía general para la creación de una estrategia de Comercio Electrónico.
- Características de la transformación de la empresa tradicional hacia el negocio electrónico.
- Gobierno Electrónico

Sesión 3. *Avance de proyecto 1*

- Discusión sobre el perfil de la empresa elegida, motivos para estar en línea y perfil del cliente. Idea de negocio a implementar.

Exposición 1: Perfil de la empresa elegida, motivos para estar en línea. Perfil del cliente. Idea de negocio a implementar.

Sesión 4. *Identificación de las oportunidades de mercados.*

- ¿Cuál es el marco de trabajo para el análisis de la oportunidad de mercado?
- ¿Es diferente el análisis de la oportunidad de mercados en la nueva economía?
- ¿Cuáles son los tipos de valor genéricos?
- ¿Cómo se identifican las necesidades insatisfechas o mal satisfechas?
- ¿Qué determina los clientes específicos que la compañía debe buscar?
- ¿Cómo se evalúa el atractivo de la oportunidad?

Práctica de laboratorio 2: Análisis del perfil de la competencia, en línea.

Trabajo de investigación 2: Informe del análisis del perfil de la competencia. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 5. *Metodología para la evaluación de la calidad de los sitios de Internet.*

- Las características de calidad
- Pasos prácticos para evaluar la calidad

Práctica de laboratorio 3: Evaluación de la calidad de los sitios de la competencia.

Trabajo de investigación 3: Evaluación de dos sitios de Internet de la competencia.

Sesión 6. *Avance de proyecto 2*

- a. Discusión sobre el perfil de la competencia y evaluación de los sitios web.

Exposición 2: Análisis del perfil de la competencia y evaluación de los sitios web. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 7. *Diseño de un sitio WEB*

- o ¿Cuáles son los elementos de diseño para la interfaz del cliente?

Práctica de laboratorio 4: Diseño de un sitio web.

Trabajo de investigación 4: Aspectos a tomar en cuenta en el diseño de un sitio Web. Propuesta de aplicación para el proyecto.

Sesión 8. *Estrategias de marketing en la Web.*

- o ¿Cuáles son las categorías de la comunicación de mercados?
- o ¿Qué es una buena marca?

Práctica de laboratorio 5: Análisis de las estrategias de marketing de la competencia.

Trabajo de investigación 5: Informe del análisis de las estrategias de marketing de la competencia. Propuestas para competir.

Sesión 9. *Avance de proyecto 3.*

- o Discusión de las estrategias de marketing del negocio y de la competencia.

Exposición 3: Informe del análisis de las estrategias de marketing de la competencia. Propuestas para competir.

Sesión 10. *Panorama general del Gobierno de Tecnologías de Información (TI) y Gobierno Electrónico.*

- o ¿Qué es el gobierno de TI?
- o Principales componentes del Gobierno de TI
- o ¿Cómo implementar el Gobierno de TI?

Práctica de laboratorio 6: Características del Gobierno de TI.

Sesión 11. *Cómo evaluar el desempeño de las Tecnologías de Información, herramientas para la Administración*

- o Factores críticos de éxito
- o Indicadores de Metas
- o Indicadores de desempeño
- o Modelos de Madurez

Trabajo de investigación 6: ¿Qué es COBIT y cómo evalúa el desempeño de las TI?

Sesión 12. *Gerencia de Bases de Datos*

- a. DataWarehousing, DataMarket y DataMining
- b. Software de bases de datos para el trabajo colaborativo
- c. Administración de las relaciones con los clientes (CRM)
- d. Planificación de los Recursos Empresariales (ERP)

Exposición 4: Data Warehousing, DataMarket, DataMining, LotusNotes, Lotus Domino, CRM, ERP.

Sesión 13. *Seguridad en Internet y Pagos a través de la Red*

- o Aspectos generales sobre seguridad y privacidad en Internet.
- o Herramientas criptográficas
- o Diversos sistemas de pago

Práctica de laboratorio 7: Condiciones de pago aplicables en el comercio electrónico.

Trabajo de investigación 7: Análisis de las condiciones y métodos de pago en Internet. Propuesta de aplicación en el proyecto y sus respectivos costos.

Sesión 14. Aspectos legales del comercio electrónico.

- Legislación Internacional sobre Comercio Electrónico.
- Legislación Costarricense sobre acceso a Internet y uso de documentos electrónicos.

Práctica de laboratorio 8: Fuentes de información sobre regulación del comercio electrónico.

Trabajo de investigación 8: Aspectos legales a considerar en relación con el comercio electrónico. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 15. Presentación final del proyecto-estrategia de Comercio Electrónico.

Exposición 5: Exposición final del proyecto- estrategia de Comercio Electrónico.

Metodología:

El curso tiene como fundamento el trabajo colaborativo y de investigación. Se complementa con exposiciones, debates y actividades de laboratorio. Se desarrollará de la siguiente forma:

- Conformación de grupos de trabajo para el diseño y creación de un negocio electrónico en Internet.
- Sesiones de trabajo para exponer la teoría relacionada con los temas de estudio y analizar la forma de aplicarla en un contexto de negocios específico.
- Lectura individual en los libros recomendados y material adicional suministrado por el profesor.
- Participación de los estudiantes en la clase, sobre los temas analizados.
- Desarrollo de trabajos prácticos sobre los temas del curso.
- Exposiciones orales, con el apoyo de recursos multimedia, sobre los trabajos realizados.
- Elaboración de dos proyectos prácticos: La creación de un sitio web y el diseño de una estrategia de comercio electrónico.

Explicación de la metodología:

- Cada grupo de estudiantes deberá escoger un proyecto de negocios de una empresa real para llevar a cabo el diseño de una estrategia de comercio electrónico.
- Periódicamente todos los grupos deben exponer y debatir la forma en que implementarán los temas estudiados en el área de negocio seleccionada.
- La clase normalmente se desarrolla mediante la exposición y discusión de los temas de estudio y su aplicación en casos reales.
- El trabajo en el laboratorio será, en la medida de lo posible, en forma individual.
- La exposición de los trabajos prácticos debe hacerse utilizando recursos multimedia.

Sistema de Evaluación:

El objetivo de las actividades de evaluación es comprobar el cumplimiento de los objetivos didácticos y de negocios propuestos para el curso.

- **Sesiones de trabajo, Quices y Prácticas de laboratorio** **15%**
- **Trabajos de investigación y discusión en clase.** **20%**
El profesor evaluará el contenido de los trabajos, así como su aplicación al proyecto final.
- **Exposiciones de avance de proyecto y otros temas** **15%**
El profesor evaluará tanto la claridad como la calidad expositiva y el cumplimiento del objetivo planteado.

• **Proyecto Final: Diseño (30%), Sitio Web (15%) y exposición (5%) de una estrategia de Comercio Electrónico** **50%**

Algunos de los aspectos a evaluar en este proyecto son:

- Definición del área de negocios a implementar electrónicamente en Internet.
- Establecimiento de la misión, visión y objetivos estratégicos del área de negocios seleccionada.
- Selección del mercado meta y producto o servicio.
- Estructura organizacional
- Estructura operacional
- Estrategia de marketing
- Sitio Web
- Aspectos de seguridad
- Formas de pago electrónicas
- El entorno legal
- Proyecciones de inversión económica y recuperación de la inversión

TOTAL: 100%

Nota: No hay examen final. El estudiante que, luego de participar en todas y cada una de las actividades de evaluación, obtenga un porcentaje acumulado mayor o igual al 70%, aprueba el curso.

Se aplica prueba de ampliación a aquellos estudiantes que obtengan una calificación final entre 6,0 y 6,5. La prueba consiste de un trabajo escrito sobre el diseño de una estrategia de comercio electrónico, según los parámetros establecidos en el curso. El estudiante que obtenga en la prueba de ampliación una nota de 7,0 o superior, tendrá una nota final de 7,0. (art.26 Reglamento de Régimen Académico Estudiantil).

Cronograma

Fecha	No. Sesión
10 marzo 06	Sesión 1
17 marzo 06	Sesión 2
24 marzo 06	Sesión 3
31 marzo 06	Sesión 4
7 abril 06	Sesión 5
14 abril 06	Semana Santa
21 abril 06	Sesión 6
28 abril 06	Semana Universitaria
5 mayo 06	Sesión 7
12 mayo 06	Sesión 8
19 mayo 06	Sesión 9
26 mayo 06	Sesión 10
2 junio 06	Sesión 11
9 junio 06	Sesión 12
16 junio 06	Sesión 13
23 junio 06	Sesión 14
30 junio 06	Sesión 15
7 julio 06	Sesión 16
14 julio 06	Examen ampliación

Bibliografía:

- Rayport, Jeffrey. "e-Commerce", Editorial McGraw-Hill Interamericana, México, 2003
- Amor, Daniel, "La (R)evolución E-Business", Editorial Prentice-Hall, Buenos Aires, 2000.
- Chase, Larry,, "Comercio Electrónico: tácticas probadas para hacer negocios en Internet", Editorial Limusa Wiley, Grupo Noriega, México, 2000.
- Cohan, Peter S., "El Negocio está en Internet", Editorial Pearson Educación, México, 2000.
- Del Barrio, Luis, "E-Negocios: las 10 claves para hacer negocios con éxito y vender más en Internet." Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España, 2000.
- Kienan, Brenda, "Soluciones Microsoft de Comercio Electrónico", Mc. Graw-Hill Interamericana, España, 2000.
- McLeod, Raymond Jr., "Sistemas de Información Gerencial", Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 2000.
- Rodríguez Ardura, Inma, "Marketing.com", Ediciones Pirámide, Grupo Anaya, Madrid, 2000.
- Stair, Ralph M., Reynolds, George W., "Principios de Sistemas de Información", International, Thomson Editores, cuarta edición, México, 2000.
- CCPM (Centro de Computación Profesional de México), "Comercio Electrónico", McGraw-Hill Interamericana, México, 2001.
- Porras, Roberto; "¿Cómo evaluar la calidad de los Recursos de Internet?, resumen.
- Spring, Asher; Chambers, Wicke, "Cómo hacer presentaciones exitosas" (la fórmula infalible para realizar presentaciones de negocios), Person Educación, México, 1998.
- Craig, Hedí y Buchanan, Timothy., "Aprendiendo Microsoft Access 2000 en 24 horas", Prentice-Hall, México, 1999.
- Cassel, Paul y Palmer, Pamela., "Aprendiendo Microsoft Access 2000 en 21 días", Prentice-Hall, México, 2000.
- Información obtenida en Internet.
- Cualquier otro material relacionado con el curso.