

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)

Verano, 2006

Créditos: 3

Horas lectivas por semana: 6 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: Ing. Iván Rojas Barrantes
M.S.I. Roberto Porras León

Descripción del Curso:

El curso permite al estudiante adquirir los conceptos y habilidades que le permitan manejar técnica y eficientemente los sistemas de bases de datos en función de los procesos de toma de decisiones gerenciales y del funcionamiento operativo de las empresas. También le ofrece la oportunidad de conocer y analizar las formas de emplear la Internet como un recurso estratégico de negocios a través del Comercio Electrónico. El curso no tiene correquisitos.

Objetivos Generales:

Proporcionar al futuro Gerente los conocimientos teóricos y prácticos básicos sobre los Sistemas de Bases de Datos así como facilitar el conocimiento sobre el uso de la Internet como recurso estratégico para los negocios modernos.

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:

1. Comprender claramente los conceptos de sistemas de bases de datos y los elementos a tomar en cuenta en su diseño.
2. 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.
3. Construir, en forma sencilla, una base de datos para la administración de la información en la empresa.
4. Diseñar una estrategia de comercio electrónico a través de Internet.

Didácticos

El estudiante será capaz de:

5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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:

1. ***Panorama general de la Internet y su potencial para hacer negocios.***
 - ¿Qué son Internet y la World Wide Web?
 - ¿Cómo se tiene acceso a Internet?
 - ¿Cómo se utiliza internet en los procesos de negocios?
2. ***Panorama general de la estructura del Comercio Electrónico.***
 - ¿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?
3. ***Diseño de una estrategia para la creación de un negocio electrónico***
 - Guía general para la creación de una estrategia de Comercio Electrónico
4. ***Análisis de las oportunidades de mercado para el Comercio Electrónico.***
 - Análisis de la oportunidad de mercados en la nueva economía
 - Análisis del perfil de la competencia
5. ***Metodología para la evaluación de la calidad de los sitios de Internet.***
 - Las características de calidad
 - Pasos prácticos para evaluar la calidad
6. ***Diseño de un sitio WEB***
 - Elementos de diseño para la interfaz del cliente
7. ***Estrategias de marketing en la Web.***
 - Características generales del marketing en la Web
 - Análisis de las estrategias de marketing de la competencia
8. ***Seguridad en Internet y Pagos a través de la Red***
 - Aspectos generales sobre seguridad y privacidad en Internet.
 - Herramientas criptográficas
 - Diversos sistemas de pago
9. ***Aspectos legales del comercio electrónico.***
 - Legislación Internacional sobre Comercio Electrónico.

- Legislación Costarricense sobre acceso a Internet, uso de documentos electrónicos y firma digital.

10. Bases de datos para el comercio electrónico

- Papel de las bases de datos en el comercio electrónico.
- Administración de los recursos empresariales (ERP)
- Administración de las relaciones con los clientes (CRM)
- Almacenes de datos (Data Warehouse) y Minería de datos (Data Mining)

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.
- Pruebas cortas para evaluación de las sesiones de trabajo y las lecturas recomendadas.
- Desarrollo de trabajos prácticos sobre los temas del curso.
- Exposiciones orales, con el apoyo de recursos multimedia, sobre los trabajos realizados.
- Elaboración de un proyecto aplicado para la de elaboración de una estrategia de comercio electrónico.

Explicación de la metodología:

- El profesor asignará a cada grupo de estudiantes 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.
- 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 Prácticas, Foros virtuales y Quices | 20% |
| El profesor, puede evaluar el tema de estudio en cualquier momento, preferiblemente con preguntas de aplicación a casos reales o prácticas de laboratorio. | |
| • Trabajos de investigación y debates | 20% |
| El profesor evaluará tanto el contenido de los trabajos de investigación como la calidad expositiva de los temas asignados. | |
| • Proyecto Final: Diseño (50%) y exposición (10%) de una estrategia de Comercio Electrónico | 60% |

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
- Página 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).

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.

DN-0472: Gerencia de Sistemas de Bases de Datos y Comercio Electrónico

- Cassel, Paul y Palmer, Pamela., “Aprendiendo Microsoft Access 2000 en 21 días”, Prentice-Hall, México, 2000.
- Elsenpeter, Robert C. y Velte, Toby J.; “Fundamentos de Comercio Electrónico”, Osborne-McGraw-Hill, México, 2002.
- Información obtenida en Internet.
- Cualquier otro material relacionado con el curso.