

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
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, 2005

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: Grupos 1 y 6: Lic. Enrique Dueñas Godínez
Grupos 2 y 4: Ing. Iván Rojas Barrantes
Grupo 3: Lic. Alvaro Cruz Sauma
Grupo 5: M.S.I. Roberto Porras León (coordinador)
Lic. Hans Velásquez Quesada (Sede Regional de Occidente)

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:

- Comprender claramente los conceptos de sistemas de bases de datos y los elementos a tomar en cuenta en su diseño.
- 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.
- Construir, en forma sencilla, una base de datos para la administración de la información en la empresa.
- 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:

Tema 1: Diseño y creación de un Negocio Electrónico

Sesión 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?
- ¿Cuál es el efecto de las políticas públicas del aumento en el uso de internet?

Práctica de laboratorio 1: Motores de búsqueda, correo electrónico, chat, hospedaje.

Sesión 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?

Práctica de laboratorio 2: 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.

Foro virtual 1: Inicio de la discusión sobre el perfil de la empresa elegida, motivos para estar en línea y perfil del cliente.

Sesión 3. *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

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

Sesión 4. *Encuadre de la oportunidad 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 3: 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.

Foro virtual 2: Inicio de la discusión sobre el perfil de la competencia.

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 4: Evaluación de la calidad de los sitios de la competencia.

Trabajo de investigación 3: Evaluación de un sitio de Internet de la competencia.

Exposición 2: Análisis del perfil de la competencia. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 6. *Diseño de un sitio WEB*

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

Práctica de laboratorio 5: 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.

Foro virtual 3: Inicio de la discusión sobre el diseño y creación de un sitio Web.

Sesión 7. Creación de un sitio WEB

- Aspectos a tomar en cuenta para la creación de un sitio Web

Práctica de laboratorio 6: Creación de un sitio web.

Exposición 3: Aspectos a tomar en cuenta en el diseño y creación de un sitio Web. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 8. Exposición final del diseño y creación de un sitio Web.

Sesión 9. Estrategias de marketing en la Web.

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

Práctica de laboratorio 7: 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.

Foro virtual 4: Inicio de la discusión sobre estrategias de marketing en la web.

Sesión 10. Seguridad en Internet y Pagos a través de la Red

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

Práctica de laboratorio 8: Condiciones de pago aplicables en el comercio electrónico.

Trabajo de investigación 6: Análisis de las condiciones y métodos de pago en Internet. Propuesta de aplicación en el proyecto y sus respectivos costos.

Sesión 11. Aspectos legales del comercio electrónico.

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

Práctica de laboratorio 9: Fuentes de información sobre regulación del comercio electrónico.

Trabajo de investigación 7: Aspectos legales a considerar en relación con el comercio electrónico. Conclusiones de aplicación para el proyecto.

Sesión 12. Exposición final del proyecto-estrategia de comercio electrónico.

Tema 2: Organización y Administración de Bases de Datos

Sesión 13. Conceptos de Administración y modelado de datos.

Práctica de laboratorio 10: Diseño de una base de datos

Sesión 14. Conocimiento del ambiente de trabajo en Access

Práctica de laboratorio 11: Creación de una base de datos, estructura básica y consultas

Sesión 15. Creación de una base de datos para el proyecto del curso

Práctica de laboratorio 12: Creación de una base de datos, formularios y reportes

Sesión 16. Exposición final del diseño y creación de una base de datos

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 dos proyectos prácticos: La creación de una base de datos 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 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.
- **Actividades con evaluación particular** **30%**
 - **Creación de un sitio Web** **15%**
En la creación del sitio Web, los estudiantes deben adjuntar información adicional sobre los criterios utilizados en el diseño.
 - **Construcción de una Base de Datos** **15%**
Se evaluará tanto los criterios para el diseño como la funcionalidad de la base de datos creada.
- **Proyecto Final: Diseño (20%) y exposición (10%) de una estrategia de Comercio Electrónico** **30%**
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).

Cronograma

Fecha	No. Sesión
4 marzo 05	Sesión 1
11 marzo 05	Sesión 2
18 marzo 05	Sesión 3
25 marzo 05	Semana Santa
1 abril 05	Sesión 4
8 abril 05	Sesión 5
15 abril 05	Sesión 6
22 abril 05	Sesión 7
29 abril 05	Semana Universitaria
6 mayo 05	Sesión 8 – Diseño de un sitio Web
13 mayo 05	Sesión 9
20 mayo 05	Sesión 10
27 mayo 05	Sesión 11
3 junio 05	Sesión 12- Proyecto estrategia de Comercio Electrónico
10 junio 05	Sesión 13
17 junio 05	Sesión 14
24 junio 05	Sesión 15
1 julio 05	Sesión 16- Diseño y creación de una Base de Datos
8 julio 05	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.

(Ver detalle de técnicas didácticas en páginas siguientes)

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
CARRERA DE DIRECCION DE EMPRESAS**

**DN-0472: Gerencia de Sistemas de Bases de Datos y Comercio
Electrónico**
I Semestre, 2005

Detalle de técnicas didácticas

Nombre de la técnica	PRACTICAS DE LABORATORIO
Tema del contenido del curso que se revisará con la técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Definición, uso y funcionamiento de la Internet • Introducción a los negocios por Internet • Análisis de la competencia en Internet • Evaluación de la calidad de un sitio web • Diseño y creación de una página web • Estrategias de marketing en la web • Medios de pago en comercio electrónico • Regulación sobre comercio electrónico • Diseño y creación de una base de datos
Momento del curso en que se aplicará la técnica	Como complemento de cada uno de los principales temas del curso
Objetivos de la técnica	<p>Obtener información complementaria de los temas tratados en el curso. Analizar fuentes de información adicionales Sintetizar y resumir la información obtenida que sea aplicable al proyecto del curso</p>
Desarrollo de la técnica	<p>Mediante en uso de la computadora y a través de un motor de búsqueda como Google, Yahoo u otros, grupos de 5 estudiantes harán una búsqueda y análisis de información relacionada con los temas vistos en el curso, que sean aplicables a su proyecto final de grupo. Deberán dejar constancia de su trabajo mediante un resumen ejecutivo electrónico que sintetice la información recopilada. El resumen ejecutivo debe ser enviado al profesor a más tardar 2 días después de la sesión en la que se realiza la práctica, por medio del correo electrónico disponible en el Campus virtual.</p>
Tiempo requerido por el ejercicio	1 hora en el laboratorio de la UCR y 14 horas en un café internet u otro sitio.
Material requerido	Computadora con acceso a internet, Word, Excel, Power Point u otras aplicaciones para la edición de la información.
Observaciones	El resumen ejecutivo electrónico debe ser un informe y respetar los aspectos de forma y contenido.
Recomendaciones	Dado que el grupo de trabajo lo conforman varios estudiantes, se recomienda planificar la búsqueda y dividir el trabajo, a fin de obtener mayor información en menos tiempo y facilitar en análisis y la síntesis.

Nombre de la técnica	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Tema del contenido del curso que se revisará con la técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a los negocios por Internet • Análisis de la competencia en Internet • Evaluación de la calidad de un sitio web de la competencia • Diseño y creación de una página web • Estrategias de marketing de la competencia, en la web • Medios de pago en comercio electrónico • Regulación sobre comercio electrónico
Momento del curso en que se aplicará la técnica	Como inicio al estudio de cada uno de los principales temas del curso
Objetivos de la técnica	<p>Obtener información complementaria de los temas a tratar durante el curso. Analizar fuentes de información adicionales Sintetizar y resumir la información obtenida que sea aplicable al proyecto del curso</p>
Desarrollo de la técnica	<p>El trabajo de investigación se realiza en grupos de 5 estudiantes. El trabajo de investigación requiere la búsqueda, análisis, clasificación y síntesis de la información obtenida de diversas fuentes y que sea aplicable al proyecto grupal del curso Deberán dejar constancia de la investigación realizada mediante un informe que soporte que incluya al menos tres aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soporte documental de los sitios de internet accesados y la información recopilada (en anexos) • Relación de lo investigado con el tema a tratar en le respectiva sesión de entrega del trabajo de investigación. (en el cuerpo del trabajo) • Las conclusiones respecto a la relación entre lo investigado y su aplicación al proyecto de grupo. <p>El informe debe ser entregado al profesor en formato físico y electrónico, en la sesión indicada en el programa del curso.</p>
Tiempo requerido por el ejercicio	12 horas de trabajo extraclase.
Material requerido	Computadora con acceso a internet, Word, Excel, Power Point u otras aplicaciones para la edición de la información. Otras fuentes bibliográficas en formato físico u electrónico.
Observaciones	El informe debe contener todos los aspectos de forma y contenido que lo caracterizan. (incluyendo la bibliografía consultada)
Recomendaciones	Dado que el grupo de trabajo lo conforman varios estudiantes, se recomienda planificar la investigación y dividir el trabajo, a fin de obtener mayor cobertura de la información en menos tiempo y reunirse para discutir y resumir los resultados.

Nombre de la técnica	FORO VIRTUAL
Tema del contenido del curso que se revisará con la técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la empresa elegida, motivos para estar en línea y perfil del cliente • Perfil de la competencia • Diseño y creación de una página web • Estrategias de marketing en la web
Momento del curso en que se aplicará la técnica	Como complemento en la discusión de los principales temas del proyecto del curso
Objetivos de la técnica	Obtener los puntos de vista de otros estudiantes respecto a la forma en que se piensan aplicar los conceptos aprendidos en el curso al proyecto final de grupo.
Desarrollo de la técnica	<p>El foro representa una oportunidad de someter a juicio de otros estudiantes las ideas que se formulan para llevar a cabo el proyecto final del curso.</p> <p>Cada grupo deberá abrir una línea de discusión sobre el proyecto que les corresponde y presentan las principales ideas para la aplicación, en el mismo, de lo aprendido en el curso.</p> <p>El resto de los estudiantes deberán dejar constancia de la revisión realizada de los ideas propuestas por cada grupo aportando, cada estudiante, al menos 2 opiniones informadas con respecto a cada proyecto.</p> <p>El profesor mantendrá una participación de moderación del foro y facilitará una serie de preguntas generadoras de discusión en cada proyecto expuesto al público.</p> <p>Los miembros de un grupo específico no pueden opinar sobre su propio proyecto pero si pueden aclarar las dudas de los demás compañeros con respecto al mismo.</p>
Tiempo requerido por el ejercicio	2 horas de trabajo extraclase.
Material requerido	Computadora con acceso a internet, acceso al Campus virtual de la UCR.
Observaciones	Una opinión informada significa la revisión previa del contenido de los temas del curso antes de participar en el foro y dejar constancia de su lectura en la opinión externada.
Recomendaciones	Es necesario que los estudiantes realicen una participación ética y respetuosa.

Nombre de la técnica	EXPOSICIONES DE PROFESOR
Tema del contenido del curso que se revisará con la técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los temas de curso
Momento del curso en que se aplicará la técnica	Como introducción en la discusión de los principales temas del proyecto del curso
Objetivos de la técnica	Facilitar información para el estudio, análisis, discusión y debate de los temas tratados en el curso y su aplicación a casos de la vida real y en el proyecto que deben realizar los estudiantes, en grupo.
Desarrollo de la técnica	El profesor ofrecerá al inicio de cada tema, información relevante para comprender los principios y conceptos básicos a tratar en el curso. Igualmente, la exposición del profesor, promoverá la discusión y el debate de los trabajos de investigación realizados previamente sobre el tema de exposición.
Tiempo requerido por el ejercicio	2 horas en horario de clase y 10 horas extraclase para preparación del material y atención de consultas.
Material requerido	Computadora con acceso a internet, proyector multimedia, Power Point, Pilots para pizarra acrílica y borrador. Cualquier otro medio didáctico que, a juicio del profesor se requiera para facilitar la exposición.
Observaciones	Los estudiantes deben estudiar previamente los temas y traer el informe del trabajo de investigación realizado previamente a la exposición del tema en clase.
Recomendaciones	Se recomienda una distribución de los pupitres de la clase en forma de herradura.

Nombre de la técnica	EXPOSICIONES DE LOS ESTUDIANTES
Tema del contenido del curso que se revisará con la técnica	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño y creación de un sitio web • Diseño de una estrategia de comercio electrónico • Diseño y creación de una Base de Datos
Momento del curso en que se aplicará la técnica	Como exposición final de proyectos de grupo sobre los principales temas del curso.
Objetivos de la técnica	Hacer una presentación formal y profesional de los principales proyectos de grupo del curso.
Desarrollo de la técnica	Cada grupo de exposición se conforma de 5 estudiantes. Los estudiantes deberán preparar una presentación profesional para exponer los resultados de los principales proyectos del curso. Se debe entregar un resumen ejecutivo a los demás compañeros que además incluya una guía de exposición y copia impresa de la presentación multimedia. El día de la presentación se debe entregar al profesor un informe con los resultados del trabajo de grupo realizado, tanto en formato físico como electrónico.
Tiempo requerido por el ejercicio	30 minutos por cada proyecto a exponer, en horario de clase. 20 horas de preparación extraclase.
Material requerido	Computadora con acceso a internet, proyector multimedia, Power Point, Pilots para pizarra acrílica y borrador. Cualquier otro medio didáctico que, a juicio de los estudiantes se requiera para facilitar la exposición.
Observaciones	Se debe respetar el tiempo asignado de 30 minutos por exposición. Todos los miembros de cada grupo deben participar de la exposición.
Recomendaciones	Se recomienda a los estudiantes vestir formalmente, acorde con la importancia de la exposición final que van a realizar. Se recomienda a los estudiantes ensayar la presentación para que se ajuste al tiempo asignado.