

**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, 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? Capítulo 3
- 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. Capítulo 2*

- ¿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).

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)