



2007-2010: Hacia el proceso de autoevaluación y autorregulación.
"Asumiendo el reto para la excelencia profesional"

Cátedra de Sistemas de Gerencia de Bases de Datos
Programa del curso DN-0472: Gerencia de Sistemas de Bases de Datos
I Semestre 2010

Misión

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con responsabilidad social, y capacidad de gestión integral, mediante la investigación, la docencia y la acción social, para generar los cambios que demanda el desarrollo del país.

Visión

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

Valores

- ✓ Prudencia
- ✓ Tolerancia
- ✓ Solidaridad
- ✓ Integridad
- ✓ Perseverancia
- ✓ Alegría

Información General:

Curso del VII ciclo del plan de estudios del 2002

Requisitos: DN-0271: Sistemas de Información Gerencial

Créditos: 03

Correquisitos: No tiene

Horas lectivas por semana: 3 horas

La Cátedra está compuesta por:

Sede Rodrigo Facio: Lic. Gastón Arce Cordero, MBA. Saray Sojo Obando, MAP. Michel Angulo Sosa, MAP. Bernal Mora, Lic. Jorge Vargas Salazar, M.S.I. Roberto Porras León (coordinador)

Recinto de Guápiles: Lic. Juan Carlos Sandí Delgado; Sede Limón: Lic. María Luz Acosta Gómez; Recinto Paraíso: Lic. Hugo Anthony Araya; Sede Guanacaste: Lic. Rafael Martínez Villarreal; Sede Pacífico: M.C.I. Rodrigo Camacho Bermúdez

I. Descripción del Curso:

El curso ofrece al estudiante la oportunidad de conocer y profundizar en el uso de las tecnologías de información y bases de datos como medio estratégico para explotar las nuevas oportunidades de mercado del comercio electrónico y alcanzar ventajas competitivas en la era de la empresa digital.

II. Objetivos Generales:

- 1- Proporcionar al futuro Gerente los conocimientos básicos sobre el uso de las tecnologías de información en el contexto competitivo del comercio electrónico y la Economía digital.
- 2- Facilitar en el estudiante el desarrollo de la autonomía, el pensamiento crítico, actitudes colaborativas, destrezas profesionales y capacidad de autoevaluación.

III. Objetivos Específicos:

De Negocios:

El estudiante será capaz de:

- Identificar aplicaciones modernas de los sistemas de bases de datos para la administración de la información en la empresa en el contexto del comercio electrónico.

- Conocer sobre diferentes tópicos de actualidad en relación con el uso de las tecnologías de información 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.

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.

IV. Contenidos:

Presentación del curso (1 sesión)

- Aspectos generales y discusión del programa del curso

Actividad introductoria: Búsqueda en Internet de información sobre conceptos preliminares del curso

- El estudiante deberá buscar, en internet, fuentes de información primaria que le permitan conocer y estudiar los siguientes conceptos que serán evaluados en la siguiente sesión:

- **Internet, world wide web, TCP/IP, HTML, URL, servidor web, comercio electrónico, e-business, web 2.0, computación cliente servidor, P2P, marketpace, Wi-fi, Wi-Max, computación en la nube.**

Parte 1: Panorama general de la estructura del Comercio Electrónico

Tema 1.1: Comercio Electrónico: La revolución acaba de empezar (2 sesiones) (cap. 1)

- Definir el comercio electrónico y describir en que difiere de los negocios en línea.
- Identificar y describir las características únicas de la tecnología de comercio electrónico y analizar su significado de negocios.
- Reconocer y describir las aplicaciones Web 2.0
- Describir los principales tipos de comercio electrónico
- Analizar los orígenes y el crecimiento del comercio electrónico
- Conocer la evolución del comercio electrónico, desde sus inicios hasta hoy
- Identificar los factores que definirán el futuro del comercio electrónico
- Describir los principales temas en que se basa el estudio del comercio electrónico
- Identificar las principales disciplinas académicas que contribuyen al comercio electrónico.

Actividad Tema 1.1

- Uno o dos de los grupos buscarán en la web un ejemplo de cada uno de los 5 tipos principales de comercio electrónico que se describen en el capítulo 1 y elaborará una presentación al resto de los compañeros explicando el porqué de la escogencia y explicará, con ayuda de imágenes y capturas de pantalla, por qué se adapta a uno de los 5 tipos de comercio electrónico.

Tema 1.2: Modelos y conceptos de negocios del Comercio Electrónico (2 sesiones) (cap 2)

- Identificar los componentes clave de los modelos del comercio electrónico.
- Describir los principales modelos de negocios del B2C.
- Describir los principales modelos de negocios del B2B.
- Reconocer los modelos de negocios en otras áreas emergentes del comercio electrónico.
- Entender los conceptos y estrategias clave de negocios, aplicables al comercio electrónico.

Actividad Tema 1.2

- Uno de los grupos investigará y analizará, el sitio web de Google y describirá en una presentación a los compañeros su modelo de negocios con base en la información que encuentre allí. Además investigará sus características de uso y hará una demostración a los compañeros sobre las mismas.

Parte 2: Infraestructura tecnológica para el Comercio Electrónico

Tema 2.1: Internet y World Wide Web: la infraestructura del comercio electrónico (2 sesiones) (cap 3)

- Analizar los orígenes de la Internet.
- Identificar los conceptos de tecnología clave detrás de Internet.
- Describir el papel de los protocolos de Internet y los programas utilitarios.
- Explicar la estructura actual de Internet.
- Comprender las limitaciones de Internet en la actualidad.
- Describir las potenciales herramientas de Internet II.
- Entender cómo funciona World Wide Web.
- Describir cómo las características y servicios de Internet y Web dan soporte al comercio electrónico.

Actividad Tema 2.1

- Uno de los grupos investigará y ubicará dónde se guardan las cookies en una computadora (probablemente estén en una carpeta titulada "cookies" dentro del programa navegador). Liste las primeras 10 cookies que encuentren y escriban un breve informe que describa los tipos de sitios que colocaron las cookies. ¿Qué propósito creen ustedes que tienen las cookies? Además, ¿cuáles creen que son las principales ventajas y desventajas de las cookies? ¿Son más las ventajas que las desventajas o viceversa? Prepare una exposición al resto de los compañeros para mostrarles los resultados de su experiencia con las cookies.

! Examen de cátedra: Cap 1, 2 y 3 (día sábado)

Tema 2.2: Seguridad en línea y sistemas de pago (1 sesión) (cap 5)

- Entender el alcance de los problemas de crimen y seguridad en el comercio electrónico.
- Describir las dimensiones clave de la seguridad en el comercio electrónico.
- Entender la tensión que hay entre seguridad y otros valores.
- Identificar las amenazas clave de seguridad en el entorno del comercio electrónico.
- Describir cómo la tecnología ayuda a proteger la seguridad de los mensajes enviados a través de Internet.
- Identificar las herramientas utilizadas para establecer canales de comunicaciones seguros en Internet, y proteger redes, servidores y clientes.
- Aprender la importancia de las políticas, procedimientos y leyes en la creación de la seguridad.
- Describir las características de los sistemas de pago tradicionales.
- Entender los principales mecanismos de pago del comercio electrónico.
- Describir las características y funcionalidad de los sistemas de presentación de facturas y pagos electrónicos.

Actividad Tema 2.2

- Uno de los grupos investigará y analizará las características de funcionamiento y nuevas amenazas de seguridad para la tecnología de comercio móvil y preparará una presentación para el resto de los compañeros que describa las principales características del comercio móvil y las nuevas amenazas que surgen provenientes del cibercrimen. Ejemplifique las amenazas con casos tomados de los periódicos.

Parte 3: Conceptos de marketing y ética del Comercio Electrónico

Tema 3.1: Conceptos de marketing del comercio electrónico (2 sesiones) (cap 6)

- Identificar las características clave de la audiencia de Internet.
- Analizar los conceptos básicos del comportamiento de los consumidores y sus decisiones de compra.
- Entender el comportamiento de los consumidores en línea.
- Describir los conceptos básicos de marketing necesarios para entender el marketing en Internet.
- Identificar y describir las tecnologías principales que soportan el marketing en línea
- Identificar y describir el marketing básico del comercio electrónico y las estrategias de creación de marca (branding)

Actividad Tema 3.1

- Uno o dos de los grupos buscarán un ejemplo de sitio web que, en su opinión, utilice una buena estrategia de marketing del comercio electrónico, analizará las características principales de esa estrategia y preparará una presentación para el resto de los compañeros sobre sus principales hallazgos, ejemplificándolos con pantallas e imágenes del mismo sitio analizado.

Tema 3.2: Cuestiones éticas, sociales y políticas del comercio electrónico (1 sesión) (cap 8)

- Entender por qué el comercio electrónico genera cuestiones éticas, sociales y políticas.
- Reconocer las principales cuestiones éticas, sociales y política que genera el comercio electrónico
- Identificar un proceso para analizar los dilemas éticos
- Entender los conceptos básicos relacionados con la privacidad
- Identificar las prácticas de empresas de comercio electrónico que amenazan la privacidad
- Describir los distintos métodos utilizados para proteger la privacidad en línea.
- Conocer las diversas formas de propiedad intelectual y los retos implicados para protegerla.
- Entender cómo ha evolucionado el gobierno de Internet con el tiempo.
- Explicar por qué los impuestos en el comercio electrónico generan cuestiones de Gobierno y jurisdicción.
- Identificar las principales cuestiones de seguridad y bienestar públicos que genera el comercio electrónico.

Actividad Tema 3.2

- Uno de los grupos elaborará una lista de características de protección de la privacidad que deberían existir si un sitio Web piensa en serio en cuanto a proteger la privacidad. Después visitará al menos 4 sitios Web conocidos y examinará sus directivas de privacidad. Luego preparará una presentación para el resto de los compañeros sobre sus principales hallazgos, ejemplificándolos con pantallas e imágenes de los mismos sitios analizados.

II Examen de cátedra: Caps 5, 6 y 8 (día sábado)

Parte 4: Práctica general de Bases de Datos

Tema 4-1: Organización y Administración de Bases de Datos Relacionales (4 sesiones)

- Repaso de teoría básica sobre Bases de datos relacionales
- Diseño de una base de datos
- Construcción de una base de datos: estructura básica y consultas
- Construcción de una base de datos: formularios y reportes

Actividades tema 4-1: Diseñar, desarrollar e implementar una base de datos.

- Mediante el trabajo, preferiblemente individual, de cada estudiante se debe diseñar, construir e implementar una base de datos, en la plataforma seleccionada por el profesor.

- Cada profesor podrá elegir la herramienta de bases de datos de software propietario, software libre o cualquier otra aplicación especializada que le permita desarrollar los temas indicados

Examen práctico de diseño y creación de una base de datos (1 sesión)

V. Metodología:

El curso tiene como fundamento la exposición teórico-práctica y el desarrollo de trabajos de investigación. Se complementa con exposiciones, debates y actividades de laboratorio. Se desarrollará de la siguiente forma:

- Sesiones de trabajo para exponer la teoría relacionada con los temas de estudio.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de actividades de investigación. 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. Se recomienda una prueba corta de comprobación de lectura al iniciar cada tema a ser evaluado.
- Desarrollo de trabajos prácticos y teóricos sobre los temas del curso.
- Exposiciones orales, con el apoyo de recursos multimedia, sobre los trabajos realizados.
- Dos exámenes de cátedra y un examen de laboratorio para confirmar el proceso de aprendizaje.

Explicación de la metodología:

- Cada grupo de estudiantes deberá realizar diversas exposiciones, sobre los temas del curso.
- 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.
- Los exámenes de laboratorio serán en forma individual
- Los exámenes de cátedra será el día sábado.
- La exposición de los trabajos prácticos y teóricos debe hacerse utilizando recursos multimedia.
- El profesor deberá conocer el contenido de la presentación y una copia de la misma con al menos 24 horas de antelación a fin de poder aportar elementos que complementen la exposición de los estudiantes.

VI. 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.

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| • Prácticas y Pruebas cortas
El profesor, puede evaluar los temas de estudio en cualquier momento, preferiblemente con preguntas de aplicación a casos reales o prácticas de laboratorio. | 15% |
| • Trabajos de investigación y Exposiciones
El profesor evaluará tanto el contenido de los trabajos de investigación como la calidad expositiva de los temas asignados. | 20% |
| • Examen de Bases de Datos | 15% |
| • I Examen de cátedra: Caps. 1, 2 y 3 | 25% |

- **II Examen de cátedra: Caps. 5, 6 y 8** **25%**

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 examen escrito sobre los temas estudiados en el curso y, de ser necesario un examen práctico sobre bases de datos. 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).

VII. Cronograma

Fecha	No. Sesión	No. Sesión
12 marzo	1	Presentación del curso
19 marzo	2	Tema 1-1
26 marzo	3	Tema 1-1
2 abril	-	Semana santa
9 abril	4	Tema 1-2
16 abril	5	Tema 1-2
23 abril	6	Tema 2-1
30 abril	-	Semana Universitaria
7 mayo	7	Tema 2-1
14 mayo	8	Tema 2-2
<u>15 mayo</u>	<u>sábado</u>	<u>Primer examen de cátedra</u>
21 mayo	9	Tema 3-1
28 mayo	10	Tema 3-1
4 junio	11	Tema 3-2
11 junio	12	Tema 4-1
<u>12 junio</u>	<u>sábado</u>	<u>Segundo examen de cátedra</u>
18 junio	13	Tema 4-1
25 junio	14	Tema 4-1
2 julio	15	Tema 4-1
<u>9 julio</u>	16	<u>Examen de bases de datos</u>

VIII. Bibliografía:

- Laudon, Kenneth y Guercio Traver, Carol. "e-Commerce: negocios, tecnología, sociedad", cuarta edición, Editorial Pearson Educación, México, 2009
- Información obtenida en Internet sobre Bases de Datos.
- Cualquier otro material relacionado con el curso.