



Universidad de Costa Rica
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Industrial

CURSO: II-1012 Sistemas de Información II
Profesor: Ing. Rodolfo Romero

Grupo: 01
Créditos: 03

II Semestre 2008

GENERALIDADES DEL CURSO

Horario: Jueves, 6 a 8:30 p.m.

Horario de consulta: consulta vía e-mail o personal con cita

Requisitos:

Correquisitos:

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante debe ser capaz de:

1. Dominar el concepto de información como factor competitivo clave.
2. Utilizar los criterios del Malcom Baldrige Award para evaluar el manejo de datos e información dentro de las empresas.
3. Manejar herramientas para generar y presentar información sobre niveles de satisfacción de los clientes y consumidores, y sobre procesos vitales en la organización.
4. Analizar y replantear procesos vitales dentro de la organización.
5. Reconocer la relación simbiótica entre procesos e información.

ACTIVIDADES

SEMANA	FECHA	TEMAS A TRATAR	FECHAS IMPORTANTES
1	14-8-07	1,2	
2	21-8-07	3	
3	28-8-07	3,4	
4	4-9-07	4	
5	11-9-07	Temas 1 a 3	Primer parcial
6	18-9-07	5	I Avance Proyecto
7	25-9-07	5	
8	2-10-07	6,7	
9	9-10-07	7	
10	16-10-07	Temas 4 a 6	Segundo parcial
11	23-10-07		II Avance Proyecto
12	30-10-07	7,8	
13	6-11-07	8	
14	13-11-07	Taller diseño	
15	20-11-07	Temas: 7 Y 8	Tercer parcial
16	27-11-07	Exposición	Exposición Final Proyecto
	4-12-07		Entrega de resultados

PROFESOR (A)

Nombre del profesor: Ing. Rodolfo Romero

E-mail: *rodolfo.romero@ucr.ac.cr*

DESCRIPCION DE TEMAS

TEMA 1: EL MERCADO GLOBAL DE HOY.

TEMA 2: COMPONENTES DE LA INFORMACIÓN

- 2.1. Conceptualización de la información.
- 2.2. Visión tradicional del rol de la información
- 2.3. Naturaleza de la información.
- 2.4. Evernden Eight : 8 factores esenciales en el manejo de la Información.
- 2.5. La era de la información.
- 2.6. Tecnología de la información / Sistemas de Información / Gestión de la Información.
- 2.7. Datos versus información.
- 2.8. Inversión en tecnología = mejor información.
- 2.9. Tipos de informacion.

TEMA 3: INFORMACION SOBRE GESTION DE CLIENTES

- 3.1. Evolución de la información relacionada con clientes.
- 3.2. Tipos de información clave sobre clientes.
- 3.3. Requerimientos de información de los clientes.
- 3.4. La "Experiencia de Compra".
- 3.5. El "momento de la verdad".
- 3.6. Manejo de quejas.
- 3.7. Necesidades de los clientes.
 - 3.7.1. Específicas de producto.
 - 3.7.2. De servicio.
- 3.8. Sistemas de integración de "Voz de los clientes".
- 3.9. Diseño de encuestas.
- 3.10. Guía Proyecto Fases I y II

TEMA 4: INFORMACION EN EL CONTEXTO DE LAS ORGANIZACIONES

- 4.1. Características de la información.
- 4.2. Herramientas para evaluación del uso de información en la organización: Enfoque SIA- Baldrige-otros.
- 4.3. Organizaciones e información.
- 4.4. Modelo sistémico ampliado (MSA).
- 4.5. Protagonistas de un sistema de información.
- 4.6. Medios de captura de datos.
- 4.7. Fuentes de información.
- 4.8. Uso de información en los procesos.
- 4.9. Requerimientos de información.
- 4.10. Guía general Proyecto Fase II.

TEMA 5: LOS PROCESOS: RUTAS HORIZONTALES HACIA LOS CLIENTES.

- 5.1. Composición de los procesos.
- 5.2. Diagnóstico de procesos.
- 5.3. Matrices de información.
 - 5.3.1. Clientes y consumidores.

- 5.3.2. Gestión interna de los procesos.
- 5.4. Indicadores versus inductores de desempeño.
- 5.5. Taller de análisis de procesos.
- 5.6. Guía general para la Fase 3 del Proyecto.

TEMA 6: VALIDACION DE REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN.

- 6.1. Los requerimientos como guías de la generación de información.
- 6.2. Validación de requerimientos de información vinculados con el cliente final.
- 6.3. Validación de requerimientos de información de gestión interna.
- 6.4. Taller de determinación de requerimientos.

TEMA 7: DISEÑO DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE INFORMACIÓN.

- 7.1. Diseño de Matrices de Información.
 - 7.1.1. Matrices de de información para clientes y consumidores.
 - 7.1.2. Matrices de información para la gestión interna de los procesos.
 - 7.1.2.1. Requerimientos validados.
 - 7.1.2.2. KPIs.
 - 7.1.2.3. Metas.
- 7.2. Diseño de Tableros de Información (Dashboards reports)

TEMA 8 : REDISEÑO DE PROCESOS.

- 8.1. Elementos Básicos en el rediseño de Procesos.
- 8.2 Enfoque ESIA para el rediseño de proceso.
- 8.3 Cuantificación de beneficios del rediseño.

INFORMACIÓN IMPORTANTE SOBRE EL PROYECTO

Las características básicas que debe cumplir la organización en donde se pretenda realizar el proyecto son las siguientes:

1. Brindar servicios o productos a una población no menor de 20 clientes o consumidores.
2. No menos de 10 empleados.
3. Presentar nota de manifiesto interés en la realización del proyecto, firmada por un miembro de la organización que tenga poder de decisión sobre los tópicos a desarrollar.

Otros puntos importantes acerca del proyecto:

- a. Los avances del proyecto únicamente se recibirán a las 19:00 horas de la fecha estipulada en éste programa o indicada en clase. Sin excepción, los grupos que no entreguen su avance de acuerdo a lo anterior, tienen nota cero en la fase respectiva.
- b. La extensión máxima del cuerpo del documento en cada avance esta determinada en la guía correspondiente, por lo cual se recomienda el uso de tablas, gráficos, cuadros, etc., que demuestren la capacidad de síntesis de cada grupo. Los anexos se utilizarán para la inclusión de diagramas, documentos, entradas, reportes, que no formen parte de la exposición de los conceptos durante la aplicación de las metodologías en cada avance.
- c. En la presentación final del proyecto debe estar presente un representante (contraparte) de la empresa donde se realiza el proyecto.

EVALUACIÓN

3 exámenes parciales	30 %
Pruebas cortas y tareas	10%
 Proyecto	
Avance I: Niveles de satisfacción de clientes y diagnóstico de situación	10 %
Avance II: Diseño de Requerimientos	10 %
Presentación e informe final	40 %

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. RUMMLER, GEARY A., Improving Performance, Jossey-Bass Inc. Publishers, S. Fco, 1995.
2. KAPLAN, ROBERT S., The Balance Scorecard, Harvard Business School Press, Boston Ma., 1996.
3. WURMAN, RICHARD, Information Anxiety 2, QUE Books, Indianapolis, 2001.
4. HAYES, BOB E, Measuring Customer Satisfaction, 2d ed., ASQ Quality Press, 1997..
5. LOWENTHAL, JEFFREY N., Reengineering the Organization, ASQ Press, 1994.
6. SINK, D. SCOTT, Planning and measurement in your organization of the future, Industrial Engineering and Management Press, 1989.
7. McKinnon and BRUNSN, The Information Mosaic, Harvard Business School Press, 1992.
8. ZAIRI, MOHAMED, Measuring Performance for business results, Chapman and Hall, Boundary Row , London, 1994.
9. THOR, CARL G., The Measures of Success, John Wiley and Sons Inc., 1994.
10. DAVENPORT, THOMAS H., Process Innovation, Harvard Business School Press, 1993.
11. VAVRA, TERRY G., Improving your measurement of customer satisfaction, ASQ Press, 1997.
12. NAUMANN, EARL, Customer satisfaction measurement and management, Thomson Executive Press, 1995.
13. BRAITHWAITE, TIMOTHY, Information Service Excellence through TQM, ASQ Press, 1994.
14. HAGAN, JACK; Management of Quality, ASQ Press, 1994.
15. ROBERTS, LON; Process Reengineering: the key to achieving Breakthrough Success, ASQ Press, 1994.
16. HARBOUR, JERRY L.; The Process Reengineering Workbook, Quality Resources, 1994.
17. TRISCHLER, WILLIAM E., Understanding and Applying Value-Added Assessment, ASQ Press, 1996.
18. GALLOWAY, DIANNE; Mapping Work Process, ASQ Press, 1994.
19. CONRAD, CHARLES; Strategic Organizational Communication, Holt, Rinehart and Winston, Inc.; 1990.
20. LOWENSTEIN, MICHAEL W., Customer Retention, ASQ Press, 1995.
21. DAVEPORT, THOMAS H., Information ecology, Oxford University Press, 1997.
22. DEVLIN, KEITH, Info sense, W.H. Freeman and Company N. York, 1999.
23. HARRINGTON, H. JAMES , Business Process Improvement, ASQC Press, 1991.
24. SHAPIRO, CARL, Information Rules, Harvard Business School Press, 1999.
25. ALRECK, PAMELA L. , The survey research handbook, second edition , McGraw Hill, 1995.
26. JACOBSON, ROBERT, Information Design, The MIT Press, 2000.
27. TUFTTE, EDWARD R., The Visual Display of Quantitative Information, second edition, Graphics Press, 2001.
28. CRAIG, MALCOM Thinking Visually, Continuum, 2000.
29. BLAZEY, MARK L. , Insight to Performance Excellence 2005 ASQ Quality Press, 2007.
30. MACDONALD, STUART, Information for Innovation, Oxford University Press, New York, 1998.
31. BROWN, MARK GRAHAM, Keeping Score, Productivity , Inc. , 1996.
32. CORNELLA, ALFONS, Infonomial.com: la gestión inteligente de la información en las organizaciones, Segunda Edición, Ediciones Deusto, 2002.
33. ANDERSEN, BJORN, Performance Measurement Explained, ASQ Quality Press, 2002.
34. CHANG, RICHARD Y., Performance Scorecards, Jossey-Bass, 2000.
35. NIVEN, PAUL R. , Balanced Scorecard Step by Step, John Wiley and Sons Inc, 2002.
36. LAUDON, KENNETH C., Essentials of Management Information Systems, Fifth Edition, Prentice Hall, 2000.
37. NEELY, ANDY, The Performance Prism, Prentice Hall, 2002.
38. MARCHAND, DONALD A., Competing with Information, John Wiley and Sons Inc, 2000.
39. HURD, MARK and NYBERG, LARS, The Value Factor, Bloomberg Press, 2004.
40. HILL, NIGEL, How to measure customer satisfaction, second edition, Gower Publishing Limited, 2003.
41. PANDE, PETER S., The Six Sigma Way, McGraw-Hill, 2000.
42. EVERNDEN, ROGER, Information First, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2003.
43. FOWLER, SUSAN G., Information Entrepreneurship, Scarecrow Press, 2005.
44. COULSON-THOMAS, COLIN, The Knowledge Entrepreneur, London and Sterling, 2003.
45. FEW, STEPHEN, Information Dashboard Design, O'Reilly Media, 2006.
46. BRACE, IAN, Questionnaire Design, Kogan Page London and Sterling, 2004.
47. FINK, ARLENE, How to Conduct Surveys, Third Edition, Sage Publications, 2006.
48. BRADBURN, NORMAN, Asking Questions, Jossey-Bass, 2004.
49. CORDER, LLOYD, The Snapshot Survey, Kaplan Publishing, 2006.
50. C.K. PRAHALAD, The future of competition, Harvard Business School Press, 2004.
51. JOYCE, WILLIAM, What Really Works: the 4 + 2 formula for sustained business success, Harper Business, 2003.
52. ANDERSEN, BJORN, Business Process Improvement Toolbox, ASQ Quality Press, 1999.
53. KIM, W. CHAN, Blue Ocean Strategy, Harvard Business School Publishing Corporation, 2005.
54. ZEITHAML, VALARIE A., Delivering Quality Service, The Free Press, New York 1990.
55. DENOVE, CHRIS, Satisfaction, Penguin Group, New York, 2006.