

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

G689 - Sistemas de Información de la Empresa

Grado en Ingeniería Informática

Curso Académico 2022-2023

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Grado en Ingeniería Informática			Tipología v Curso	Optativa. Curso 4
Centro	Facultad de Ciencias				
Módulo / materia	MATERIA SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA MÓDULO OPTATIVO				
Código y denominación	G689 - Sistemas de Información de la Empresa				
Créditos ECTS	6	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	ELIANA ROCIO ROCHA BLANCO				
E-mail	eliana.rocha@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E240)				
Otros profesores	PABLO MARIA DE CASTRO GARCIA				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar la aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el proceso y transmisión de información corporativa tanto en el interior de la empresa como en su relación con otras organizaciones.
- Comprender la utilidad de los Sistemas de Información en la gestión empresarial y conocer los métodos, técnicas y herramientas para su aplicación
- Conocimiento de los principales tipos de sistemas de información: ERP, CRM, SCM, etc.
- Comprender la administración de los sistemas de gestión integrados y la problemática de su implantación en la empresa
- Saber identificar nuevos modelos de negocio apoyados en las tecnologías de la información y las comunicaciones
- Utilizar herramientas SaaS (Software as a Service) y de Cloud Computing en la empresa

4. OBJETIVOS

Identificar la aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el proceso y transmisión de información corporativa tanto en el interior de la empresa como en su relación con otras organizaciones.
Obtener una visión global de la aplicación de los Sistemas de Información a la gestión empresarial y conocer los métodos, técnicas y herramientas para su aplicación.
Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para modelar sistemas de información.
Comprender y valorar las ventajas de los sistemas de gestión integrados y las estrategias que se deben considerar en su diseño.
Conocer las oportunidades y riesgos que ofrece Internet para desarrollar e innovar los modelos de negocio de las empresas.
Aplicar la tecnología Internet y los nuevos modelos de negocio en la empresa.
Conocer estrategias y herramientas enfocadas a la gestión y generación de nuevo conocimiento mediante el análisis de datos existentes en una organización.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LOS NEGOCIOS GLOBALES ACTUALES
1.1	Gestión de los datos, información y conocimiento para la toma de decisiones en las organizaciones.
1.2	Etapas de diseño de un Sistema de Información empresarial.
1.3	Tecnologías aplicables en los Sistemas de Información. Casos prácticos.
2	GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET.
2.1	Patrones de negocio en internet.
2.2	Generación de ideas y modelos de negocio mediante Design Thinking.
2.3	Metodología de presentación de ideas de negocio.
3	SISTEMAS DE GESTION INTEGRADOS.
3.1	Herramientas de Gestión Integral de la información empresarial (ERP).
3.2	Software como servicio y cloud computing en los sistemas de gestión empresarial.
4	PRESENCIA WEB CORPORATIVA.
4.1	Imagen corporativa y presencia Web de la empresa.
4.2	Accesibilidad y usabilidad en la Web.
4.3	Gestores de contenidos y su implantación en la empresa.
4.4	Empresa y Web 2.0/Social Business.
5	HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE RELACIÓN CON CLIENTES (CRM).
5.1	Concepto y elementos básicos de un CRM.
5.2	Social CRM.
5.3	Introducción al inbound marketing.
5.4	Analítica y gestión de clientes.

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
1. Trabajo sobre diseño de un modelo de negocio	Trabajo	No	Sí	20,00
2. Trabajo de implementación de sistema de gestión integrado.	Trabajo	No	Sí	20,00
3. Trabajo implementación de un portal corporativo con un modelo B2C.	Trabajo	No	Sí	20,00
4. Trabajo sobre el desarrollo y análisis de resultados de una campaña de marketing digital apoyada sobre herramientas CRM.	Trabajo	No	Sí	20,00
Actividades de seguimiento y participación activa en las clases.	Otros	No	No	20,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
<ul style="list-style-type: none"> - Los trabajos se recuperarán en la convocatoria extraordinaria. - Cada trabajo será evaluado mediante la presentación de un informe y exposición oral. 				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Los estudiantes que se encuentren en régimen de dedicación de tiempo parcial podrán ser evaluados con la entrega de los 4 trabajos considerados en la evaluación de la asignatura.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
BÁSICA
LAUDON, K.; LAUDON, J. (2020). Management Information Systems: Managing the Digital. 16th Edition. Pearson.
Oltra, R. (2012). "Sistemas Integrados de Gestión Empresarial. Evolución histórica y tendencias de futuro". Editorial Universitat Politècnica de València.
Patel, C. P., & Chugan, P. K. (2018). Digital inbound marketing to drive the success of startups. International Journal of Family Business and Management, 2(1), 1-6.
Hashimura, H.(2011). "Fundamentos para establecer una estrategia CRM". Redk.net REDK Software Engineering.
Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2011) .Generación de modelos de negocio. Ed. DEUSTO

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.