Sílabo de Tecnologías de Información y E-Bussiness

I. Datos generales

Código	ASUC 00872			
Carácter	Obligatorio			
Créditos	3			
Periodo académico	2024			
Prerrequisito	Gerencia de Operaciones			
Horas	**Teóricas:**	2	**Prácticas:**	2

II. Sumilla de la asignatura

La asignatura corresponde al área de estudios de especialidad, es de naturaleza teórico-práctica. Tiene como propósito desarrollar en el estudiante la capacidad de identificar las tecnologías de información en las organizaciones y esbozar la ventaja competitiva alineada con la estrategia empresarial.

La asignatura contiene: Sistemas de Información y Estrategia Empresarial, Introducción al E-Business y la Nueva Economía, Marketing Utilizando TI y E-Marketplace, Estrategia Digital y E-Business Security.

III. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar estrategias basados en el uso de tecnologías de información para alcanzar sus metas corporativas alineadas con su estrategia de E.Bussiness.

IV. Organización de aprendizajes

Unidad I Los sistemas de información en las organizaciones digitales			Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar la importancia de los sistemas de información que han permitido el cambio en las organizaciones.			
Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes**		
✓ Los sistemas de información en los negocios globales contemporáneos ✓ Sistemas de información, organizaciones y estrategia ✓ Infraestructura de TI y tecnologías emergentes	✓ Identifica de qué manera los sistemas de información han transformado a las organizaciones. ✓ Examina las funciones de los SI y su importancia para las organizaciones ✓ Identifica los elementos de la Infraestructura de TI, así como los impulsores tecnológicos	✓ Demuestra interés en los temas conceptuales.		
Instrumento de evaluación	• Ficha de observación del desarrollo de casos • Prueba mixta			
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Reynolds, J. (2013*). E-Business una perspectiva de gestión*. 1. España: Editorial UOC. **Complementaria:** • Rodríguez, I. (2002). *Marketing.com y Comercio Electrónico en la sociedad de la información.* España: Editorial Madrid. • Cohen, D. (1996). *Sistemas de Información para la toma de decisiones.* 2. México: McGraw-Hill. • Kalakota, R. y Robinson, M. (2001). *Del E-commerce al E-business: el siguiente paso.* México: Pearson Educación.			
Recursos educativos digitales	• Caro, Angélica. (2013*). Desarrollando sistemas de información centrados en la calidad de datos/Developing information systems focused on data quality,* Disponible en: http://search.proquest.com/pqcentral/docview/1367082669/6BC6BD8244A543E7PQ/7?accountid=146219 • Jose Camilo Daccach T. (2007). Nota sobre sistemas de información. Disponible en: http://search.proquest.com/pqcentral/docview/467295469/6BC6BD8244A543E7PQ/1?accountid=146219			

Unidad II Introducción al E-Business y la Nueva Economía			Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de reconocer la importancia de los negocios electrónicos y la de su implementación en las organizaciones.			
Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes**		
✓ Global E-Business y colaboración ✓ Comercio electrónico: mercados digitales, productos digitales.	✓ Reconoce los diferentes mercados globales y la interrelación con los sistemas de información. ✓ Identifica los nuevos factores tecnológicos que influyen en los negocios de hoy.	✓ Asume una actitud autocrítica y original en la aplicación de sus conocimientos, respetando el contexto y las opiniones diversas.		
Instrumento de evaluación	• Rúbrica para evaluar un caso			
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Reynolds, J. (2013). E-Business una perspectiva de gestión. 1. España: Editorial UOC. **Complementaria:** • Rodríguez, I. (2002). *Marketing.com y Comercio Electrónico en la sociedad de la información*. España: Editorial Madrid. • Cohen, D. (1996*). Sistemas de Información para la toma de decisiones*. 2. México: McGraw-Hill. • Kalakota, R. y Robinson, *M. (2001). Del E-commerce al E-business: el siguiente paso.* México: Pearson Educación.			
Recursos educativos digitales	• Kalakota, Ravi. (2001*). E-Business 2.0 Roapmap for Success. Disponible en:* http://dinus.ac.id/repository/docs/ajar/e-business_roadmap_for_success_full.pdf			

Unidad III Marketing Utilizando TI y E-Marketplace			Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar sistemas de información para el marketing de las organizaciones.			
Conocimientos	**Habilidades**	**Actitudes**		
✓ La importancia de los Sistemas de Información de Marketing ✓ Nuevo modelo de mercado electrónico B2B	✓ Implementa sistemas de información relacionados al marketing en las organizaciones. ✓ Diseña modelos de negocios electrónicos basados en tecnologías de información.	✓ Es responsable y respetuoso con sus colegas de aula.		
Instrumento de evaluación	• Lista de cotejo para el desarrollo de casos • Ficha de observación de exposición			
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Reynolds, J. (2013). *E-Business una perspectiva de gestión*. 1. España: Editorial UOC. **Complementaria:** • Rodríguez, I. (2002). *Marketing.com y Comercio Electrónico en la sociedad de la información*. España: Editorial Madrid. • Cohen, D. (1996). *Sistemas de Información para la toma de decisiones.* 2. México: McGraw-Hill. • Kalakota, R. y Robinson, M. *(2001). Del E-commerce al E-business: el siguiente paso.* México: Pearson Educación.			
Recursos educativos digitales	• Romeiro-Serna, Jhon. (2007). *Sistemas de Información de Marketing-SIM. Disponible en:* https://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/070905_114835_E.pdf			

Unidad IV Estrategia Digital y E-Business Security		Duración en horas	16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz diseñar TI para obtener una ventaja competitiva en las organizaciones.		

Conocimientos	Habilidades	Actitudes
✓ Las 5 fuerzas de Michael Porter ✓ Creación de estrategias digitales ✓ Seguridad de los Sistemas de E-Business	✓ Diseña la Cruz de Porter para desarrollar estrategias de negocio. ✓ implementa sistemas de información en las organizaciones que les permita obtener ventajas competitivas. ✓ Diseña estrategias y soluciones en los negocios, para evitar vulnerabilidades en los sistemas de información.	✓ Actúa con ética y basado en valores en su desarrollo profesional.

Instrumento de evaluación	• Rúbrica para evaluar un caso
Bibliografía (básica y complementaria)	**Básica:** • Reynolds, J. (2013). E-Business una perspectiva de gestión. 1. España: Editorial UOC. **Complementaria:** • Rodríguez, I. (2002). Marketing.com y Comercio Electrónico en la sociedad de la información. España: Editorial Madrid. • Cohen, D. (1996). Sistemas de Información para la toma de decisiones. 2. México: McGraw-Hill. • Kalakota, R. y Robinson, M. *(2001). Del E-commerce al E-business: el siguiente paso.* México: Pearson Educación.
Recursos educativos digitales	• Doinea, Mihai. (2009). *E-Business Security Architectures. Disponible en:* http://revistaie.ase.ro/content/49/014%20-%20Doinea.pdf

V. Metodología

La metodología a utilizar para el desarrollo de la asignatura, los contenidos y actividades se orientan a una secuencia teórico–práctica, con la recuperación de saberes previos, el análisis, la reconstrucción y la evaluación de los temas planteados.

Donde se busca la participación directa de los estudiantes en cada una de los temas, de manera que le permita, aclarar, ampliar o reafirmar los temas importantes. Durante el desarrollo de la asignatura los estudiantes resolverán casos prácticos en varias etapas propiciando el aprendizaje cooperativo y colaborativo de manera que puedan afianzar sus habilidades de trabajo individual y grupal; como recursos se utilizarán las presentaciones dinámicas, esquemas, las herramientas tecnológicas y como soporte de comunicación el aula virtual.

VI. Evaluación

Modalidad Presencial

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisitos o conocimientos de la asignatura	Prueba objetiva	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Ficha de observación de desarrollo de casos	20%
	Unidad II	Prueba mixta Rúbrica para evaluar un caso	
Evaluación parcial	Unidad I y II	Rúbrica de evaluación	20%
Consolidado 2	Unidad III	Ficha de observación de exposición	20%
	Unidad IV	Lista de cotejo Rúbrica para evaluar un caso	
Evaluación final	Todas las unidades	Rúbrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	**Aplica**	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Modalidad Semipresencial y A Distancia

Rubros	Comprende	Instrumentos	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Prueba objetiva	Requisito
Consolidado 1	Unidad I	Ficha de observación de desarrollo de casos	20%
Evaluación parcial	Unidad I y II	Rúbrica de evaluación	20%
Consolidado 2	Unidad III	Ficha de observación de exposición	20%
Evaluación final	Todas las unidades	Rúbrica de evaluación	40%
Evaluación sustitutoria (*)	Todas las unidades	**Aplica**	

(*) Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores

Fórmula para obtener el promedio:

PF = C1 (20%) + EP (20%) + C2 (20%) + EF (40%)

Ma. Felipe Néstor Gutarra Meza
Decano
Universidad Continental

Firmado por
FELIPE NESTOR GUTARRA MEZA
O = UNIVERSIDAD CONTINENTAL SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
T = DECANO
Date: 20/03/2024 17:45