



SÍLABO 2023-II

I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL II
2. Código	: IF 0601
3. Naturaleza	: Teórico práctico - Taller
4. Condición	: Obligatorio
5. Requisitos	: IF 0501 Sistema de Información Empresarial I
6. Nro. Créditos	3
7. Nro. de horas	: Teorías: 2 Taller: 2
8. Semestre Académico	6
9. Docente	: MBA. María Chiok
10. Guerra Correo Institucional	: maría.chiok@urp.edu.pe

II. SUMILLA

Propósito General: La asignatura de Sistema de Información Empresarial II pertenece a la formación profesional básica de la carrera de Ingeniería Informática. Tiene como propósito complementar la asignatura Sistema de Información Empresarial I, brindando los conocimientos básicos y herramientas de Marketing y de Recursos Humanos, que permite el conocimiento de los procesos básicos que realiza la empresa, y que prepara al estudiante para la posterior sistematización de la información.

Síntesis de Contenido: El ciclo operativo de la empresa. Estructura de un Plan de Negocios. Conceptos básicos y claves de Marketing. Plan de Marketing y estrategias. Marketing Digital. Software aplicativo al área de Marketing. Las organizaciones. Emprendimientos y Emprendedores. Administración de Recursos Humanos. Medición del desempeño del personal. People CMM. Desarrollo Personal. Software aplicativo al área de Recursos Humanos.

III. COMPETENCIAS GENÉRICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Autoaprendizaje
- Comportamiento ético
- Aprendizaje durante toda la vida
- Perspectiva global y local

IV. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

- Soluciona problemas de Ingeniería.
- Gestión de proyectos
- Temas de actualidad
- Comunicación
- Trabajo en equipo

V. DESARROLLA EL COMPONENTE DE: INVESTIGACIÓN (X) RESPONSABILIDAD SOCIAL (X)

Durante el ciclo académico los estudiantes se organizan en grupos para seleccionar un tema, que conforme avanza el curso, estudian, investigan, desarrollan y exponen. El proyecto a considerar, debe tener las siguientes características: Innovador, de Base Tecnológica y con posibilidad de convertirse en un emprendimiento. Se promueve que se identifiquen los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) con los cuales están relacionados o tienen interés de considerar a fin de que signifiquen aportes de Responsabilidad Social. Para el desarrollo del proyecto, se siguen los procesos para realizar un Plan de Negocios y un Plan de Marketing.

VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura el estudiante:

- **Comprende** los distintos enfoques, conceptos y herramientas de Marketing y Recursos Humanos
- **Aplica** los procesos de un plan de negocios, de marketing y de recursos humanos que contribuyen en la mejora del desempeño de los procesos empresariales.
- **Valora** la importancia de desarrollar una idea para convertirla en un prototipo de plan de negocio, integrando los cuatro módulos de los cursos de Sistemas de Información Empresarial I y II: Comercialización, Producción, Finanzas y Recursos Humanos, mostrando orden y rigurosidad en el procedimiento de desarrollo y demostrando orden en la presentación del proyecto.

VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: MARKETING	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante precisa la naturaleza del Marketing en las organizaciones modernas, y reconoce su alcance, importancia y relación con las actividades de Ingeniería Informática. Elabora un Plan de Marketing para un producto de base tecnológica e innovador.	
Semana	Contenido
1	El Ciclo Operativo de la empresa y la gestión comercial. Conceptos Básicos de Marketing: Marketing, Mercadotecnia y Comercialización. Aceptaciones erradas. Términos Claves de Marketing: Necesidad, deseo, demanda, producto, valor, transacción, intercambio y mercado. Los procesos de planeamiento de la empresa. Plan de Negocios: Esquema para su formulación y desarrollo. Taller: Conformación de grupos de trabajo.
2	El Proceso del Plan de Marketing: 1) Análisis de la Situación: Entorno Directo e Indirecto, Interna. Análisis FODA: Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. 2) Herramientas de Análisis de la Situación: Benchmarking, Investigación de Mercados. Taller: Ideas y Análisis de Situación.
3	3) El Mercado: Segmentación. Selección del Mercado Meta. 4) El Posicionamiento. Estrategias para conseguirlo. 5) Objetivos; 6) Mix de Marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción; 7) Presupuesto; 8) Cronograma; 9) Ejecución y Control. Taller: Benchmarking e Investigación de Mercados
4	Estrategias de Marketing: a) <u>Estrategias de Producto:</u> Definición de un Producto. Decisiones sobre un producto. Ciclo de vida de los productos y estrategias de Marketing. Desarrollo de nuevos productos y Marcas. Normas ISO. Productos de Exportación del Perú. Taller: Características del Consumidor.
5	b) <u>Estrategias de Precios.</u> Factores y Enfoques para fijar los precios. c) <u>Estrategias de Canales/Plaza:</u> Objetivos, Canales de Distribución. Funciones. Decisiones sobre canales. d) <u>Estrategias de Comunicación:</u> El proceso de comunicación. Mezcla promocional y publicitaria. Las ventas en la empresa. Técnicas de Ventas. Taller: Mix de Marketing del Proyecto. PRACTICA CALIFICADA 1 – PC1

UNIDAD II: SOFTWARE APLICATIVO AL AREA FUNCIONAL DE MARKETING	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante aprecia la aplicación de las Tecnologías de la Información, en especial el software aplicativo que integra los sistemas y procesos de marketing empleados en la empresa, mostrando orden en la presentación en formato digital.	
Semana	Contenido
6	Marketing Digital: Marketing por Internet: Evolución. Marketing tradicional y online. Marketing Relacional, Venta Cruzada. Publicidad no intrusiva. Los diez mandamientos del Marketing Digital. Casos de Éxito de Negocios por Internet. Canvas, Buyer persona, Embudo de Ventas, Landing Page. Taller: Marketing Digital del proyecto.
7	Software Aplicativo al Área Funcional de Marketing: Sistema de Información de Marketing. Presentación de software especializado y análisis de software líder. Taller: TIC en el proyecto. Taller: Exposición y sustentación de proyectos.
8	EXAMEN PARCIAL -- EP

UNIDAD III: ADMINISTRACION DE RECURSO HUMANOS	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante aprecia la importancia del capital humano en el desarrollo de las organizaciones, a través de los procesos de administración y medición de indicadores de gestión de recursos humanos, mostrando orden en la presentación en formato digital.	
Semana	Contenido
9	Las organizaciones: Importancia. Clima Laboral y Cultura Organizacional. Como se trabaja en Google. Cómo establecer un Clima organizacional positivo.
10	Los Emprendimientos y los Emprendedores. Tipos de Emprendedores. Las características de los Emprendedores. Casos de empresas peruanas emprendedoras. Casos de Emprendedores Tecnológicos.
11	Administración de Recursos Humanos: Evolución del Enfoque. Proceso y Subprocesos. Estudio de casos.
12	Medición del desempeño del personal: Eficiencia y eficacia. Productividad y Competitividad. Importancia y características de los KPI. Medición de KPI de gestión de personal.

UNIDAD IV: SOFTWARE APLICATIVO AL AREA FUNCIONAL DE RECURSOS HUMANOS	
LOGRO DE APRENDIZAJE: Al finalizar la unidad, el estudiante aprecia la aplicación de las Tecnologías de la Información, en especial el software aplicativo que integra los sistemas y procesos de marketing empleados en la empresa, mostrando orden en la presentación en formato digital.	
Semana	Contenido
13	People CMM: Estructura del modelo, beneficios, principios, ejes temáticos, áreas claves. PRACTICA CALIFICADA 2 – PC2
14	Desarrollo Personal: Gestos corporales para transmitir seguridad y autoconfianza. Herramientas de desarrollo personal. Que es un pitch. Elevator Pitch Personal.
15	Software Aplicativo al Área Funcional de Recursos Humanos: Presentación de software especializado y análisis de software líder.
16	EXAMEN FINAL -- EF
17	EXAMEN SUSTITUTORIO -- ES

VIII. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

Aula invertida, Aprendizaje Colaborativo, Aprendizaje basado en proyectos, Estudio de casos, Aprendizaje basado en juegos, Disertación

IX. MOMENTOS DE LA SESIÓN DE APRENDIZAJE VIRTUAL

La modalidad no presencial desarrollará actividades sincrónicas (que los estudiantes realizarán al mismo tiempo con el docente) y asincrónicas (que los estudiantes realizarán independientemente fortaleciendo su aprendizaje autónomo. La metodología del aula invertida organizará las actividades de la siguiente manera:

Antes de la sesión

Exploración: preguntas de reflexión vinculada con el contexto, otros.

Problematización: conflicto cognitivo de la unidad, otros.

Durante la sesión

Motivación: bienvenida y presentación del curso, otros.

Presentación: PPT en forma colaborativa, otros.

Práctica: resolución individual de un problema, resolución colectiva de un problema, otros.

Después de la sesión

Evaluación de la unidad: presentación del producto.

Extensión / Transferencia: presentación en digital de la resolución individual de un problema.

X. EVALUACIÓN

Las evaluaciones se realizarán a lo largo del semestre con el propósito de determinar en qué medida el estudiante va logrando las competencias de la asignatura.

Las actividades de enseñanza se complementarán con Actividades de Evaluación Continua (AEC) tales como: foros, trabajos, monografías, exposiciones, controles de lectura, casos, participaciones en las sesiones de clases, asistencia, entre otras, para las cuales se podrán seleccionar los instrumentos que el docente estime conveniente, además cuando menos de una rúbrica como recurso educativo.

Los exámenes parcial y final se realizarán en las semanas 8 y 16.

El promedio final de la asignatura se obtendrá de la manera siguiente:

Promedio de Prácticas Calificadas	: PP	$PP = \frac{PRA1 + PRA2 + PAEC}{3}$
Promedio Actividades de Evaluación Continua (*)	: PAEC	
Proyecto Colaborativo del Taller	: PYL	
Entregables del Taller	: TRP	$PYL = \frac{TRP1 + TRP2 + TRP3}{3}$
Examen Final	: EF	
Examen Parcial	: EP	$PF = \frac{EP + EF + PP + PYL}{4}$
Examen Sustitutorio (**)	: ES	
Promedio Final	: PF	

(*) Actividades de Evaluación Continua (AEC)

(**) El Examen Sustitutorio reemplaza la nota más baja de los exámenes y se realizará en la semana 17.



XI. RECURSOS

- Aula Virtual de la Universidad Ricardo Palma.
- Correo académico de la Universidad Ricardo Palma.
- Aula Equipos: computadoras, celular
- Computadora personal o laptop.
- Software: MS Office (EXCEL, WORD, PPT), Google Doc, Google Sheet, Classroom, Jamboard, Kahoot, Padlet.
- Materiales: apuntes de clase del Docente, libros y artículos de Bases de Datos Académicos URP, lecturas, videos.

XII. REFERENCIAS

Bibliografía Básica

Ruiz, I. & Ramírez, P. (2017) . Gestión de talento Humano en la selección del personal administrativo. Grupo Compas. Ecuador. Primera edición.

<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/136/1/libro%20listo.pdf>

Schnarch-Kirberg, A. (2019). Marketing para emprender. Colombia. Ediciones de la U.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/1270104?page=8>

Orero-Blat, M., Rey-Martí, A., Palacios-Marques, D. (2021). Un enfoque práctico del marketing estratégico, operativo y digital. España. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia.

<https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/219019?page=4>

Bibliografía complementaria

Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones. 9na ed. Mc Graw Hill.

<http://104.207.147.154:8080/bitstream/54000/1145/1/Chiavenato-Recursos%20humanos%209na%20ed.pdf>

Monteferrer T., Diego (2013) Fundamentos de Marketing. España. Primera edición. Editorial de la Universidad Jaime I de Castellón.

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Proaño, orellana & Martillo (2018). Los sistemas de información empresarial y su importancia en la transformación digital de la empresa actual. Revista Espacios.

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n45/a18v39n45p03.pdf>

Vallejo, Luz. Gestión del Talento Humano. (2015). <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

<http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-222134-gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano-comprimido.pdf>

Referencias en las Bases de Datos de URP:

En eLibro.net:

Arenal Laza, C. (2020). Sistemas de información y bases de datos en consumo. UF1755. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/125939>

García Rubio, F. O. Piattini Velthuis, M. G. y García Rodríguez de Guzmán, I. (2019). Calidad de Sistemas de Información (4a. ed.). Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/127061>



Mathelín-Leyva, C. R. (2018). Sistemas de información para la industria de la construcción. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/116959>

Peña-Amorós, M. (2020). El deber de la información. Editorial Dykinson. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/161652>

Ruiz-González, F. García-Rodríguez-de-Guzmán, I. y Pérez-del-Castillo, R. (2019). Mantenimiento y evolución de sistemas de información. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/bibliourp/titulos/127090>

Shien-Xie, Y.M. (2019). Marketing digital: navegando en aguas digitales. 2da. Ed. Colombia. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/bibliourp/127095?page=1>

En PROQUEST:

Boyatzis, R., Smith, M., Van Oosten, E. (2020) Ayudar a la Gente a Cambiar: Coaching Compasivo para Aprender y Crecer a lo Largo de la Vida. Editorial Reverté, S.A. <https://www.proquest.com/docview/2603066784/bookReader?accountid=45097>

Boyatzis, R., Smith, M., Van Oosten, E. (2020) Guía HBR: Liderando Equipos Mary Shapiro and Harvard Business Review. <https://www.proquest.com/docview/2603058604/8608246FB53D4AC9PQ/74?accountid=45097>

Dignan, Aaron. (2020). Revolucionando el Trabajo. Brave New Work: ¿Estás Preparado para Reinventar Tu Organización? Editorial Reverté. <https://www.proquest.com/results/9D419C980CCD463EPQ/1?accountid=45097>

Watkins, Michael D. (2020). Gestiona con éxito un Cambio Profesional : El Compañero Esencial de Los Primeros 90 Días. Editorial Reverté <https://www.proquest.com/results/12709A69C48A4D55PQ/1?accountid=45097>