



## SÍLABO 2021-II PLAN 2015-2

### I. DATOS ADMINISTRATIVOS

1. Asignatura	: SISTEMA DE INFORMACION EMPRESARIAL II
2. Código	: IF 0601
3. Naturaleza	: Teórico-práctica
4. Condición	: Obligatorio
5. Requisitos	: IF 0501 Sistema de Información Empresarial I
6. Nro. Créditos	03
7. Nro. de horas	: Teóricas: 2 /Prácticas:2
8. Semestre Académico	: 2021-II
9. Docente	: Mg. María Chiok Guerra
Correo Institucional	: maría.chiok@urp.edu.pe

### II. SUMILLA

La asignatura de Sistema de Información Empresarial II pertenece a la formación profesional básica de las carreras de Ingeniería. La asignatura es de naturaleza teórico-práctico y su propósito es que los estudiantes conozcan los procesos que operan en las áreas funcionales de Marketing y Recursos Humanos para su posterior sistematización. Está constituido de cuatro unidades de aprendizaje: Marketing, Software Aplicativo al Área Funcional de Marketing, Administración de Recursos Humanos, Software Aplicativo al Área Funcional 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 y desarrollarlo. Las características del proyecto a desarrollar, son: 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 a fin de que signifiquen aportes de Responsabilidad Social. Para el desarrollo del proyecto, se seguirán los procesos para realizar un Plan de Negocios y un Plan de Marketing.

### VI. LOGRO DE LA ASIGNATURA

Al finalizar la asignatura, el estudiante sustenta su idea y el desarrollo del proyecto que origina, 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 su procedimiento; demostrando orden en la presentación en formato digital.



## VII. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

<b>UNIDAD I: MARKETING</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> 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
<b>1</b>	El Ciclo Operativo de la empresa y la gestión comercial. <b>Conceptos Básicos de Marketing:</b> Marketing, Mercadotecnia y Comercialización. Apepciones erradas. <b>Términos Claves de Marketing:</b> Necesidad, deseo, demanda, producto, valor, transacción, intercambio y mercado. Los procesos de planeamiento de la empresa. <b>Plan de Negocios:</b> Esquema para su formulación y desarrollo. Taller: Conformación de grupos de trabajo.
<b>2</b>	<b>El Proceso del Plan de Marketing:</b> 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.
<b>3</b>	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
<b>4</b>	<b>Estrategias de Marketing:</b> a) <b>Estrategias de Producto:</b> 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.
<b>5</b>	b) <b>Estrategias de Precios.</b> Factores y Enfoques para fijar los precios. c) <b>Estrategias de Canales/Plaza:</b> Objetivos, Canales de Distribución. Funciones. Decisiones sobre canales. d) <b>Estrategias de Comunicación:</b> El proceso de comunicación. Mezcla promocional y publicitaria. Las ventas en la empresa. Técnicas de Ventas. Taller: Mix de Marketing del Proyecto.
<b>6</b>	Evaluación Unidad Teoría 1 – PRT1

<b>UNIDAD II: SOFTWARE APLICATIVO AL AREA FUNCIONAL DE MARKETING</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> 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
<b>7</b>	<b>Marketing Digital:</b> 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.
<b>8</b>	<b>Software Aplicativo al Área Funcional de Marketing:</b> 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.

<b>UNIDAD III: ADMINISTRACION DE RECURSO HUMANOS</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> 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
<b>9</b>	<b>Las organizaciones:</b> Importancia. Clima Laboral y Cultura Organizacional. Como se trabaja en Google. Cómo establecer un Clima organizacional positivo.
<b>10</b>	<b>Los Emprendimientos y los Emprendedores.</b> Tipos de Emprendedores. Las características de los Emprendedores. Casos de empresas peruanas emprendedoras. Casos de Emprendedores Tecnológicos. <span style="color: red;">Evaluación Unidad Teoría 2 – PRT2</span>
<b>11</b>	<b>Administración de Recursos Humanos:</b> Evolución del Enfoque. Proceso y Subprocesos. Estudio de casos.
<b>12</b>	<b>Medición del desempeño del personal:</b> Eficiencia y eficacia. Productividad y Competitividad. Importancia y características de los KPI. Medición de KPI de gestión de personal.



<b>UNIDAD IV: SOFTWARE APLICATIVO AL AREA FUNCIONAL DE RECURSOS HUMANOS</b>	
<b>LOGRO DE APRENDIZAJE:</b> 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.	
<b>Semana</b>	<b>Contenido</b>
<b>13</b>	<b>People CMM:</b> Estructura del modelo, beneficios, principios, ejes temáticos, áreas claves.
<b>14</b>	<b>Desarrollo Personal:</b> Gestos corporales para transmitir seguridad y autoconfianza. Herramientas de desarrollo personal. Que es un pitch. Elevator Pitch Personal.
<b>15</b>	<b>Software Aplicativo al Área Funcional de Recursos Humanos:</b> Presentación de software especializado y análisis de software líder.
<b>16</b>	<b>Evaluación Unidad Teoría 3 – PRT3</b>
<b>17</b>	<b>Evaluación Unidad Teoría 4 – PRT4</b>

### 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

La modalidad no presencial se evaluará a través de productos que el estudiante presentará al final de cada unidad. Los productos son las evidencias del logro de los aprendizajes y serán evaluados a través de rúbricas cuyo objetivo es calificar el desempeño de los estudiantes de manera objetiva y precisa.

Retroalimentación. En esta modalidad no presencial, la retroalimentación se convierte en aspecto primordial para el logro de aprendizaje. El docente devolverá los productos de la unidad revisados y realizará la retroalimentación respectiva.

#### 10.2. Instrumentos de evaluación

##### 10.2.1. TEORIA.

Se evaluarán 3 de Unidades de Teoría: PRT1.PRT2, PRT3. (SEGÚN CALENDARIO DE ACTIVIDADES)

Hay una cuarta evaluación de todo el curso: PRT4, que sustituye a la más baja de las 3 primeras

<b>UNIDAD</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>EVALUACION DE UNIDAD DE TEORIA I</b>	PRT1	1(UNO)
<b>EVALUACION DE UNIDAD DE TEORIA II</b>	PRT2	1(UNO)
<b>EVALUACION DE UNIDAD DE TEORIA III</b>	PRT3	1(UNO)
<b>EVALUACION DE UNIDAD DE TEORIA IV</b>	PRT4	(Reemplaza a la más baja de las 3 primeras)

##### 10.2.2. TALLER.

Se evaluarán 3 Entregables del Proyecto realizado en el Taller: E1, E2, E3, cuyo promedio será la nota de Taller. Se harán controles de lectura en cada sesión sobre la Metodología para desarrollar un Plan de Negocios.



10.2.3. **NOTA FINAL: NF**, se obtiene con la siguiente formula:

$$NF = (PRT1+PRT2+PRT3+PRT4+(E1+E2+E3))/3) / 4 \text{ (ENTEROS)}$$

**Nota:** El PRT4 reemplaza a la nota más baja de PRT1, PRT2 y PRT3

## XI. RECURSOS

- Equipos: computadora, laptop, Tablet, celular
- Materiales: apuntes de clase del Docente, separatas de problemas, lecturas, videos.
- Plataformas: Blackboard Collaborate, Open LMS( Aula Virtual), Google Doc, Google Sheet, Classroom, Jamboard, Kahoot, Padlet.

## XII. REFERENCIAS

### Bibliografía Básica

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

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

Kotler, Philip; Armstrong, Gary. MARKETING Versión para Latinoamérica. 11ª. Edición 2007. Mexico. [https://www.academia.edu/8517480/MARKETING\\_Versi%C3%B3n\\_para\\_Latinoam%C3%A9rica\\_Contenido](https://www.academia.edu/8517480/MARKETING_Versi%C3%B3n_para_Latinoam%C3%A9rica_Contenido)

Ebook Kotler & Amstong Fundamentos de Marketing 8va edición. 2008.

<https://es.calameo.com/books/005232033ae1d4908437d>

Marketing Digital <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>

Ruiz & Ramírez. Gestión de talento Humano en la selección del personal administrativo. Grupo Compas. Primera edición.2017 <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/136/1/libro%20listo.pdf>

Chiavenato, Idalberto. Gestión del Talento Humano. Mc Graw Hill. 2009

[https://www.academia.edu/25792388/Libro\\_gestion\\_del\\_talento\\_humano\\_chiavenato](https://www.academia.edu/25792388/Libro_gestion_del_talento_humano_chiavenato)

Guitia, saenz & bilabao. Implantación de sistemas de información empresarial. 2008.

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2008/septiembre/08.pdf>

### Bibliografía complementaria

Blog <https://www.genwords.com/blog/philip-kotler-padre-del-marketing>

Marketing. <https://www.monografias.com/trabajos/marketing/marketing.shtml>

Marketing Viral <https://es.scribd.com/book/297694025/Marketing-viral-Como-hacer-una-campana-de-Marketing-exitosa> [http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_viral](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_viral)

El manual de marketing online <https://aulacm.com/manual-marketing-online-social-media/>

Neuromarketing <https://es.wikipedia.org/wiki/Neuromarketing>

<http://supermarketingblog.com/category/neuro-marketing>



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

Peña, Natalia. Modelos de negocios innovadores: la clave para competir. 2019. [https://es.semrush.com/blog/modelos-de-negocio-innovadores/?kw=&cmp=LM\\_SRCH\\_DSA\\_Blog\\_Strategy\\_ES&label=dsa\\_blog&Network=g&Device=c&utm\\_content=438330231266&kwid=dsa-835963612550&cmpid=8050776959&gclid=Cj0KCQjwv7L6BRDxARIsAGj-34qt-UlaHMUs61pHSlysTbe41js4DrlrPuX80rkkKIFeVfFa12V\\_LYaAlBgEALw\\_wcB](https://es.semrush.com/blog/modelos-de-negocio-innovadores/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_Strategy_ES&label=dsa_blog&Network=g&Device=c&utm_content=438330231266&kwid=dsa-835963612550&cmpid=8050776959&gclid=Cj0KCQjwv7L6BRDxARIsAGj-34qt-UlaHMUs61pHSlysTbe41js4DrlrPuX80rkkKIFeVfFa12V_LYaAlBgEALw_wcB)

#### **Referencias en las Bases de Datos de URP: En eLibro.net (Libros en texto completo)**

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. D. M. D. L. (2020). El deber de la información. 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>