DESARROLLO ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS CON TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

PROGRAMA EDUCATIVO:	Maestría en Dirección Empresarial
MODALIDAD:	Presencial
MODELO DE FORMACIÓN:	Competencias
TIPO:	Único
PERIODO	4to. Cuatrimestre
LUGAR	Aulas de Posgrado de la FCAV
CRÉDITOS	5 (Cinco)
HORAS	32 Horas

OBJETIVO GENERAL

Capacitar al alumno con los conocimientos y habilidades necesarias para implementar estrategias basadas en Tecnologías de Información, que le permitan a las empresas generar ventajas competitivas a través de una toma de decisiones eficiente, mejora de la relación con el cliente y la administración de la cadena de suministro.

Competencias

Competencia previa	Resultado esperado
Conocimientos básicos de estrategias empresariales.	Integración efectiva de la tecnología en procesos de toma de decisiones estratégicas.
Capacidad para analizar datos y tendencias de mercado.	Diseño e implementación de estrategias empresariales que aprovechen las ventajas de las tecnologías de la información.
Entendimiento de conceptos de tecnologías de la información.	Identificar oportunidades de innovación tecnológica en el ámbito empresarial.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

UNIDAD I: TRANSFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS A UN ENTORNO DIGITAL

1.1 Conceptos fundamentales de la transformación digital.
1.2 Impacto de la digitalización en los modelos de negocio.
1.3 Estrategias para adaptar las empresas al entorno digital.
1.4 Casos de estudio y buenas prácticas en transformación digital.

UNIDAD II: ALINEACIÓN DE LAS TI Y LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS

2.1 Importancia de alinear la estrategia de TI con la estrategia empresarial.
2.2 Métodos y herramientas para lograr la alineación estratégica.
2.3 Casos prácticos de alineación de TI y estrategia empresarial.

UNIDAD III: ARQUITECTURA DE TI

3.1 Fundamentos de arquitectura empresarial y de TI.
3.2 Diseño y estructuración de la arquitectura de TI.
3.3 Estándares y marcos de referencia en arquitectura de TI.
3.4 Prácticas de modelado y documentación de la arquitectura de TI.

UNIDAD IV: ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS (SCM)

4.1 Conceptos básicos de la gestión de la cadena de suministros.

4.2 Rol de la tecnología de la información en la SCM.

4.3 Herramientas y sistemas de apoyo a la gestión de la cadena de suministros.

4.4 Casos de éxito en la implementación de soluciones de SCM.

UNIDAD V: ADMINISTRACIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE (CRM)

5.1 Introducción a la administración de la relación con el cliente.

5.2 Implementación y gestión de sistemas CRM.

5.3 Uso de datos y análisis para mejorar la relación con el cliente.

5.4 Estrategias de fidelización y retención de clientes.

Unidad VI: Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS)

6.1 Definición y características de los sistemas de soporte a la decisión.

6.2 Tipos de sistemas DSS y sus aplicaciones.

6.3 Utilización de datos y análisis para la toma de decisiones empresariales.

6.4 Casos prácticos y ejemplos de implementación de sistemas DSS.

METODOLOGIA GENERAL

El profesor detallará las actividades planificadas para cada sesión, incluyendo exposiciones exhaustivas sobre los contenidos del curso y estrategias para la toma de decisiones relacionada con él uso adecuado de la información. Se utilizarán simuladores y casos prácticos para contextualizar los conceptos teóricos, junto con evaluaciones de lectura y ejercicios de autoevaluación para medir el progreso de los estudiantes y reforzar su aprendizaje.

EVALUACIÓN

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El estudiante demostrará que ha alcanzado los resultados del aprendizaje mediante las siguientes actividades de evaluación:

ACTIVIDAD	PUNTAJE ASIGNADO
Participación	**20%**
Exposición Final	**40%**
Reporte ejecutivo de resultados	**30%**
Quiz	**10%**
Total	**100%**

BIBLIOGRAFÍA

Drnevich, P. L., & Croson, D. C. (2013). Information technology and business-level strategy: Toward an integrated theoretical perspective. *MIS quarterly*, 483-509.

Haag, S. & Cummings, M. (2012). Management Information systems for the information age. USA: McGraw-Hill.

Hasan, Y., Shamsuddin, A., & Aziati, N. (2013). The impact of management information systems adoption in managerial decision making: A review. The International Scientific *Journal of Management Information Systems*, 8(4), 010-017.

Laudon, K. & Laudon, J. (2020). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. USA: Pearson.

Luftman, J. N., Lewis, P. R., & Oldach, S. H. (1993). Transforming the enterprise: The alignment of business and information technology strategies. *IBM systems journal*, 32(1), 198-221.

Leidner, D. E., & Elam, J. J. (1993). Executive information systems: their impact on executive decision making. *Journal of Management Information Systems,* 10(3), 139-155.

Kearns, G. S., & Sabherwal, R. (2006). Strategic alignment between business and information technology: a knowledge-based view of behaviors, outcome, and consequences. *Journal of management information systems*, 23(3), 129-162.

Rainer, K., Prince, B. (2022) Introduction to Information Systems : Supporting and Transforming Business.

Vassilakopoulou, P., & Hustad, E. (2023). Bridging digital divides: A literature review and research agenda for information systems research. *Information Systems Frontiers*, 25(3), 955-969.