



VERDAD, BELLEZA, PROBIDAD



**Facultad de
Comercio y
Administración
Victoria**

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES

| | |
|-----------------------------|--|
| PROGRAMA EDUCATIVO: | Doctorado en Ciencias Administrativas |
| MODALIDAD: | Presencial |
| MODELO DE FORMACIÓN: | Competencias |
| TIPO: | Único |
| PERIODO | 4to. Cuatrimestre |
| LUGAR | Aulas de Posgrado de la FCAV |
| CRÉDITOS | 06 (seis) |
| HORAS | 40 Horas |

OBJETIVO GENERAL

Capacitar a los estudiantes para comprender, evaluar y aplicar de manera innovadora las tecnologías de la información en el contexto de las relaciones comerciales y la gestión empresarial. El programa busca desarrollar habilidades avanzadas en análisis de datos, sistemas de información, comercio electrónico y estrategias digitales, preparando a los estudiantes para liderar iniciativas tecnológicas que mejoren la eficiencia operativa, la toma de decisiones estratégicas y la interacción con clientes y socios comerciales. Los estudiantes serán capaces de investigar y proponer soluciones tecnológicas adaptadas a las necesidades específicas de las organizaciones, contribuyendo así al desarrollo y competitividad empresarial en entornos digitales y globalizados.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Unidad 1: Fundamentos de las Tecnologías de la Información (TI)

- 1.1 Conceptos básicos de sistemas de información.
- 1.2 Arquitectura y tipos de tecnologías de la información.
- 1.3 Rol de las TI en la transformación digital de las organizaciones.

Unidad 2: Análisis de Datos y Toma de Decisiones

- 2.1 Métodos de análisis de datos y estadística aplicada.
- 2.2 Herramientas de Business Intelligence (BI) y Data Analytics.
- 2.3 Aplicaciones de análisis predictivo y minería de datos en contextos comerciales.

Unidad 3: Comercio Electrónico y Marketing Digital

- 3.1 Conceptos y modelos de comercio electrónico.
- 3.2 Estrategias de marketing digital y gestión de redes sociales.
- 3.3 Experiencia del cliente (CX) y personalización en entornos digitales.

Unidad 4: Innovación Tecnológica y Gestión Empresarial

- 4.1 Tecnologías emergentes (IoT, IA, blockchain) y su impacto en los negocios.
- 4.2 Gestión de proyectos tecnológicos y desarrollo de soluciones innovadoras.
- 4.3 Ética y seguridad en el uso de tecnologías de la información.

EVALUACIÓN

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

| ACTIVIDAD | PUNTAJE ASIGNADO |
|----------------------------------|------------------|
| Participación en debate en clase | 20% |
| Presentación de ensayos | 30% |
| Proyecto de investigación | 50% |
| Total | 100% |

METODOLOGIA GENERAL

Se diseña con un enfoque práctico e integrador. Se combinarán sesiones teóricas con actividades aplicadas que permitan a los estudiantes comprender y aplicar los conocimientos adquiridos en contextos empresariales. La metodología incluirá clases magistrales para presentar conceptos fundamentales, estudios de casos reales para analizar situaciones empresariales específicas, laboratorios y ejercicios prácticos para experimentar con herramientas y tecnologías digitales, debates y discusiones sobre tendencias y desafíos actuales en el uso de TI en las relaciones comerciales, y proyectos de aplicación donde los estudiantes diseñarán soluciones innovadoras. Se fomentará la participación de los estudiantes, el trabajo en equipo y la aplicación práctica de los conceptos aprendidos, con el objetivo de preparar a los estudiantes para enfrentar los retos del mundo empresarial digital con habilidades sólidas en tecnologías de la información y estrategias comerciales.

BIBLIOGRAFÍA

1. Drnevich, P. L., & Croson, D. C. (2013). Information technology and business-level strategy: Toward an integrated theoretical perspective. *MIS quarterly*, 483-509.
2. Haag, S. & Cummings, M. (2012). Management Information systems for the information age. USA: McGraw-Hill.
3. 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.
4. Laudon, K. & Laudon, J. (2020). Management Information Systems: Managing the Digital Firm. USA: Pearson.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. Rainer, K., Prince, B. (2022) Introduction to Information Systems : Supporting and Transforming Business.
9. 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.