

	FORMATO DE SYLLABUS	Código: AA-FR-003	
	Macroproceso: Direccionamiento Estratégico	Versión: 01	
	Proceso: Autoevaluación y Acreditación	Fecha de Aprobación: 27/07/2023	

FACULTAD:		FACULTAD DE INGENIERÍA					
PROYECTO CURRICULAR:		Maestría en Ciencias de la Información y las Comunicaciones				CÓDIGO PLAN DE ESTUDIOS:	
I. IDENTIFICACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO							
NOMBRE DEL ESPACIO ACADÉMICO: INTELIGENCIA DE NEGOCIOS							
Código del espacio académico:		79502008		Número de créditos académicos:		4	
Distribución horas de trabajo:		HTD		48		HTC	
				16		HTA	
Tipo de espacio académico:		Asignatura		X		Cátedra	
NATURALEZA DEL ESPACIO ACADÉMICO:							
Obligatorio Básico		Obligatorio Complementario		Electivo Intrínseco	X	Electivo Extrínseco	
CARÁCTER DEL ESPACIO ACADÉMICO:							
Teórico		Práctico		Teórico-Práctico		Otros:	Cuál: _____
MODALIDAD DE OFERTA DEL ESPACIO ACADÉMICO:							
Presencial		Presencial con incorporación de TIC		Virtual		Otros:	Cuál: _____
II. SUGERENCIAS DE SABERES Y CONOCIMIENTOS PREVIOS							
III. JUSTIFICACIÓN DEL ESPACIO ACADÉMICO							
El termino información del latín informatiō, -ōnis que en una de sus acepciones se define como “Comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada”, se puede catalogar como un agente crítico, que mediante su gestión puede convertirse en uno de los factores de éxito o fracaso en las organizaciones. En este contexto, la información trabajada simplemente como un cumulo de datos, que más que permitir mejorar el conocimiento de un evento o sobre un determinado campo de acción, se convierte en un elemento distractor, que no permite agregar valor a los procesos organizacionales desarrollados para alcanzar las metas predeterminadas. Bajo este argumento, es necesario generar procesos de depuración y gestión de la información, que permitan su manejo integrado y su consecuente sincronización con los componentes de la organización que por razón de su interacción y mediante la generación de conocimiento y la inteligencia de la organización, permitan el máximo aprovechamiento de la información residente y generada en la empresa y su entorno, ofreciendo a los diferentes niveles jerárquicos de la organización elementos de soporte para la toma de decisiones, que permitan a su vez una mejor utilización de todos los recursos administrativos, financieros, técnicos y operativos de las instituciones. Ahora bien, este proceso de integración y tratamiento de los datos para convertirlos en información resultado y conocimiento, que permita apoyar los procesos de toma de decisiones en la organización es propiamente el espacio denominado Inteligencia de Negocios. Este componente académico del programa de maestría, pretende trascender los criterios generalistas de los cursos de postgrado, en donde este campo cognitivo es tratado							

simplemente como un conjunto de herramientas tecnológicas para el simple tratamiento y análisis de información empresarial y convertirlo en un espacio generador de procesos de investigación, en donde el criterio epistemológico sobre inteligencia de negocios se focalice como una metodología de generación de resultados como soporte para la toma de decisiones a través de procesos de planificación integrada y de inteligencia de la organización, haciendo uso apropiado del conjunto de herramientas dispuestas para tal fin.

IV. OBJETIVOS DEL ESPACIO ACADÉMICO (GENERAL Y ESPECÍFICOS)

OBJETIVO GENERAL: Proporcionar instrumentos analíticos que ayuden a resolver los principales problemas de negocio, la estrategia de inteligencia integral de negocios en una organización y su aplicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS: El alumno será capaz de diseñar e implantar estrategias de Inteligencia de Negocio que aporten valor a los clientes y a su empresa, y de facilitar la toma de decisiones corporativas.

V. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE (PFA) DEL ESPACIO ACADÉMICO

Competencias	Dominio-Nivel	RA	Resultados de Aprendizaje

VI. CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

- 1.1 Conceptos: Qué es y qué no es la inteligencia de negocios.
- 1.2. Antecedentes.
- 1.3. Para qué sirve y cuáles son sus beneficios.
- 1.4. Usuarios de la inteligencia de negocios.



2. SISTEMAS Y MODELOS

- 2.1 Los modelos en el proceso de toma de decisiones
- 2.2 Proceso de modelación
- 2.3 Modelo de empresa como sistema dinámico
- 2.4 Arquitecturas corporativas como instrumentos para el control y la toma de decisiones en la empresa

3. HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS

- 3.1 Sistemas de información para soporte a las decisiones.
- 3.2. Almacenes de Datos.
- 3.3. Procesamiento analítico en línea.
- 3.4. Minería de datos.
- 3.5. Software de inteligencia de negocios.

4. ESTADÍSTICA

- 3.1 Estadística descriptiva
- 3.2 Medidas de centramiento y dispersión
- 3.3 Análisis multivariado
- 3.4 Pruebas de bondad y ajuste
- 3.5 Inteligencia retrospectiva
- 3.6 Inteligencia prospectiva

5. INTELIGENCIA INTEGRAL DE NEGOCIOS

- 5.1 Planeación Integral
- 5.2 Presupuestos.
- 5.3 Toma de decisiones

VII. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA QUE FAVORECEN EL APRENDIZAJE

Tradicional		Basado en Proyectos		Basado en Tecnología	
Basado en Problemas		Colaborativo		Experimental	
Aprendizaje Activo		Autodirigido		Centrado en el estudiante	

VIII. EVALUACIÓN

Resultados de aprendizaje (RA) a ser evaluados:	Resultados de aprendizaje asociados a las evaluaciones					
	Actividades Entregables	Talleres	Parciales	Informes de proyecto final	Proyecto final	Exposiciones
RA01						
RA02						
RA03						
RA04						
RA05						
RA06						
RA07						
RA08						
RA09						
Tipo de evaluación**						
Porcentaje de evaluación (%)						
Trabajo Individual (I) o Grupal (G)						
Tipo de nota	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5

IX. MEDIOS Y RECURSOS EDUCATIVOS

Adicional a los recursos para impartir clase magistral como son los elementos del aula de clase, se requieren otros recursos como:

- Material Bibliográfico: Libros y Bases de datos especializadas
- Equipos de proyección Video Beam.
- Software General y especializado: Excel, IThink, Vensim, Evolución, Weka,
- Sala de cómputo (Para la implementación de los modelos vistos en clase y desarrollo de talleres)

X. PRÁCTICAS ACADÉMICAS - SALIDAS DE CAMPO

XI. BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- Stermán, J. Business dynamics: systems thinking and modeling for a complex world. Irwin/McGraw Hill, 2000. decision, Canada, Editorial Addison Wesley, 2003, 576 pp.
- Mike Biere, Business Intelligence for the Enterprise, USA, Editorial Prentice Hall, 2003, 403 pp.
- Nils Rasmussen, Paul S. Goldy, Per O. Solli, Financial Business Intelligence: Trends, Technology, Software Selection, USA, 2002, 304 pp.
- Jay Liebowitz, Strategic Intelligence: Business Intelligence, Competitive Intelligence, USA, Editorial CRC Press, 2006, 223 pp.
- Gómez Vieites Álvaro, Suárez Rey Carlos, Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial, México, Editorial Alfaomega Ra-ma, 2007.
- Vitt Elizabeth, et al, Business Intelligence: Técnicas de análisis para la toma de decisiones importantes, España, Editorial Mc Graw Hill – Interamericana de España. 2003.
- Ricardi Ricardo, et al., Inteligencia competitiva en los negocios y en las organizaciones, Argentina, Ediciones Macchi, 2003.
- Mundy, Joy, The Microsoft data warehouse toolkit: with SQL Server 2005 and the Microsoft Business Intelligence Toolset, USA, Editorial Wiley, 2006.
- Vitt, Elizabeth, Moss Larissa, Business Intelligence Roadmap, Addison Wesley, USA, 2003.
- Vitt, Elizabeth, Business Intelligence: Making better decision faster. Edit Microsoft, USA, 2002.
- Mendez del Rio, Luis, Más allá del Business Intelligence: 16 experiencias de éxito. España, Ediciones Gestión 2000, 2006.
- Alan R. Simon, Steven L. Shaffer, Data Warehousing And Business Intelligence For E-Commerce, USA, Editorial Morgan Kaufmann Publishes, 2001, 230 pp.
- Fred R., David, Conceptos de administración estratégica, 9ª. Edición, México, Editorial Perason Prentice Hall, 2003, 540 pp.
- Gómez Vieites, Álvaro, Suárez Rey Carlos, Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial, México, Editorial Alfaomega Ra-ma, 2007.
- BIT, Elizabeth, et al, Business Intelligence: Técnicas de análisis para la toma de decisiones importantes, España, Editorial Mc Graw Hill – Interamericana de España, 2003.
- Ricardo, Ricardo, et al., Inteligencia competitiva en los negocios y en las organizaciones, Argentina, Ediciones Macchi, 2003.
- Mundy, Joy, The Microsoft data warehouse toolkit: with SQL Server 2005 and the Microsoft Business Intelligence Toolset, USA, Editorial Wiley, 2006.
- Vitt, Elizabeth, Moss Larissa, Business Intelligence Roadmap, USA, Addison Wesley, 2003.
- Vitt, Elizabeth, Business Intelligence: Making better decision faster, USA, Editorial Microsoft, 2002.

• Mendez del Rio, Luis, Más allá del Business Intelligence: 16 experiencias de éxito. España, Ediciones Gestión 2000, 2006.

Complementarias:

[A] Documentación de los cursos del Grupo Schneider.

Bases de datos:

- Base de datos Springer
- Base de datos Current contents

XII. SEGUIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DEL SYLLABUS

Fecha revisión por Consejo Curricular:			
Fecha aprobación por Consejo Curricular:		Número de acta:	

**Tipo de Evaluación	Abreviatura
1. Evaluación de habilidad	EHP
2. Evaluación basada en p	EBP
3. Evaluación oral o prese	EOP
4. Evaluación escrita	EE
5. Evaluación formativa	EF
6. Evaluación de desempe	ED