



## SISTEMAS DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS I

### 1. Generalidades

Nombre de la asignatura	Sistemas de Inteligencia de Negocios I
Número de orden	35
Código	020366
Prerrequisito	(28) Investigación de Mercados
Número de horas por ciclo	90
Horas teóricas presenciales por ciclo	18
Horas teóricas virtuales por ciclo	18
Horas prácticas presenciales por ciclo	27
Horas prácticas virtuales por ciclo	27
Duración del ciclo en semanas	17
Unidades valorativas	4
Identificación del ciclo académico	IX

### 2. Descripción de la asignatura

La asignatura busca que el estudiantado conozca y maneje los conceptos relacionados a la inteligencia de negocios y su aplicación en el proceso de toma de decisiones.

### 3. Objetivos de la asignatura

#### Objetivo general

Comprender y aplicar las técnicas y herramientas aplicadas a la inteligencia de negocios, a partir de los conceptos clave, elementos y sistemas utilizados en la dinámica de los negocios para optimizar la toma de decisiones en las organizaciones.



## **Objetivos específicos**

- Comprender los conceptos básicos de la inteligencia de negocios.
- Utilizar las principales plataformas existentes de Inteligencia de Negocios y su aplicación en el ámbito empresarial.
- Aplicar las técnicas y herramientas necesarias para la toma de decisiones a partir de la elaboración de reportes y tableros (Dashboards)

## **4. Unidades didácticas y contenidos de la asignatura**

### **Unidad 1: Conceptos de la Inteligencia de Negocios**

#### **Contenidos de la Unidad**

1. Conceptos Generales
2. Datos, información y conocimiento
3. Aplicaciones:
  - 3.1. Data Warehouse
  - 3.2. Data Mart
  - 3.3. Explotación de Datos
  - 3.4. Data Mining

### **Unidad 2: Sistemas de Inteligencia de Negocios**

#### **Contenidos de la Unidad**

1. Clasificación y objetivo de los sistemas existentes
2. Software existente en el mercado
3. Aplicación de los Sistemas de BI
4. Inteligencia artificial en los negocios

### **Unidad 3: Taller de gestión de la información**

#### **Contenidos de la Unidad**

1. Objetivos de datos e información
2. Diseño y relación entre datos e información
3. Creación de plantillas de informes
4. Generación de Dashboards



## 5. Estrategia metodológica

El enfoque principal de la materia es conocer el proceso de análisis, identificación y planteamiento de los elementos clave para generar propuestas de valor atractivas para los diferentes mercados.

Los modelos de negocio definen la base operativa y estratégica de las diferentes empresas y organizaciones, basándose en crear valor integral para todos los públicos objetivos.

Se desarrolla con un enfoque de semi presencialidad con actividades presenciales en el campus de la Universidad, clases sincrónicas a través de la plataforma de Google Meet y actividades asincrónicas mediante Moodle.

Las clases sincrónicas en Google Meet tienen como objetivo el desarrollar los temas teóricos y conocer las bases para la aplicación posterior en el diseño de un modelo de negocios.

Las actividades asincrónicas reforzarán conceptos teóricos aplicados a través de casos específicos de modelo de negocio, mediante lecturas, material audiovisual y evaluaciones.

La actividad virtual se desarrollará a través de la plataforma Moodle (LMS), que servirá como ambiente de aprendizaje y comunicación. En ella se desarrollarán actividades asincrónicas como foros virtuales, se publicarán las orientaciones (en formatos diversos) para que el estudiantado realice su trabajo de manera autónoma, se publicarán los recursos didácticos necesarios, se mantendrá informado al grupo de clase sobre actualizaciones durante el curso, se gestionará la entrega de tareas u otras actividades. Además, también se contará con otras herramientas como repositorios en la nube, editores en línea, aplicaciones o sitios web para la creación de contenido, entre otros.

El docente dará seguimiento al trabajo virtual, retroalimentando de manera oportuna a través del correo electrónico o algún otro medio virtual, así como también en las sesiones presenciales.

Con base en los objetivos de la asignatura, se dedicará un 40% al aprendizaje conceptual (teórico) y un 60% al aprendizaje práctico.



## 6. Evaluación

La evaluación de los aprendizajes se desarrollará bajo un enfoque formativo, prioritariamente, y sumativo, con base en los objetivos que se han propuesto para la asignatura. Los criterios específicos de evaluación serán definidos por el docente en la planificación de la práctica de aula que realizará.

El aprendizaje conceptual será evaluado a través de instrumentos como cuestionarios, pruebas objetivas, escalas, rúbricas, entre otros. Las actividades serán diversas: controles de lectura, síntesis de textos en organizadores, pruebas objetivas de diferente escala, ensayos, realización de guías de ejercicios, preguntas en clase, exposiciones, producción de materiales de diverso formato, por mencionar algunos ejemplos.

El aprendizaje práctico será evaluado a través de instrumentos como rúbricas y listas de cotejo. Algunas actividades relacionadas serán evaluaciones de desempeño en prácticas, exposiciones, presentación de informes, realización de proyectos.

La evaluación de prácticas, exposiciones y algunas pruebas objetivas, por ejemplo, se realizarán presencialmente. Las actividades que se realicen virtualmente se gestionarán a través de la plataforma Moodle.

Según el Reglamento académico administrativo de la Universidad, se realizará un mínimo de tres actividades calificadas. En coherencia con el enfoque metodológico de la asignatura la evaluación del aprendizaje conceptual (teórico) corresponderá al 40% y la del aprendizaje práctico, al 60%.

## 7. Referencias bibliográficas

- Pardo, A. & Ruiz, M. (2002). SPSS11. Guía para el análisis de datos, primera edición. Madrid: McGraw-Hill.
- Edison Medina La Plata. (2015). Business Intelligence : Una guía práctica. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Edison Medina La Plata. Business Intelligence : Una Guía Práctica. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; 2015. Accessed February 17, 2022.



<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1042746&lang=es&site=eds-live>

- David Loshin. Business Intelligence : The Savvy Manager's Guide. Vol 2nd ed. Morgan Kaufmann; 2012. Accessed February 17, 2022.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=486587&lang=es&site=eds-live>
- Xavier González Farran, José Ramon Rodríguez, and Isabel Guitart. 2016. ¿Cómo Planificar Un Proyecto de Inteligencia de Negocio? Editorial UOC.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.58548&lang=es&site=eds-live>.
- Pérez López, César. 2022. Técnicas de Minería de Datos e Inteligencia de Negocios. [Texto]: IBM, SPSS Modeler. 1ª ed., 1ª impresión. IberGarceta. Accessed August 12.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat05803a&AN=uca.176681&lang=es&site=eds-live>.
- Cáceres Rascón, José Alexander, and Ana Ruth Larios Arias. 2022. Inteligencia de Negocios Aplicada a Las Actividades de Mercadeo. [s.n.]. Accessed August 12.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat05803a&AN=uca.57840&lang=es&site=eds-live>.
- José Miguel Rodríguez Parrilla. 2015. Cómo Hacer Inteligente Su Negocio: Business Intelligence a Su Alcance. Grupo Editorial Patria.  
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edselb&AN=edselb.39367&lang=es&site=eds-live>.

### **Bases de datos**

EBSCO; IMF eLibrary; Google Académico