

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

1. Generalidades

Nombre de la asignatura	Sistema de Inteligencia de Negocios II
Número de orden	26
Código	020369
Prerrequisito	Sistema de Inteligencia de Negocios I
Número de horas por ciclo	90
Horas teóricas presenciales por ciclo	9
Horas teóricas virtuales por ciclo	9
Horas prácticas presenciales por ciclo	36
Horas prácticas virtuales por ciclo	36
Duración del ciclo en semanas	17
Unidades valorativas	4
Identificación del ciclo académico	VI

2. Descripción de la asignatura

La asignatura busca que el estudiantado pueda diseñar y aplicar las herramientas relacionadas a la inteligencia de negocios para la toma de decisiones en las organizaciones haciendo uso de la metodología de taller.

3. Objetivos de la asignatura

3.1 Objetivo general

Elaborar un proyecto de gestión de información tomando en cuenta el planeamiento estratégico y la gestión de datos e información, para la interpretación y la toma de decisiones empresariales fundamentada en la inteligencia de negocios.

1.2 Objetivos específicos

1. Construir la estructura lógica de una base de datos con enfoque estratégico en las organizaciones.
2. Diseñar la estructura para el procesamiento de los datos y la generación de información.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

3. Generar reportes y dashboards para la toma de decisiones empresariales.

1. Unidades didácticas y contenidos de la asignatura

Unidad 1: Taller de estructura de Base de Datos

Contenidos de la Unidad

- a) Creación de base de datos
- b) Alimentación de bases de datos

Unidad 2: Taller de procesamiento de datos

Contenidos de la Unidad

- o Creación de escenarios
- o Creación de soportes visuales

Unidad 3: Taller de generación de Dashboards y reportes

Contenidos de la Unidad

- a. Creación de Dashboards
- b. Proceso de toma de decisiones

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.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

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 La asignatura , 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 20% al aprendizaje conceptual (teórico) y un 80% 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.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

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 20% y la del aprendizaje práctico, al 80%.

7. Referencias bibliográficas

Formato físico:

- Daza Vergaray, A. (2016). [Data mining: minería de datos](#). Macro. (1 ejemplar en Biblioteca)
- Pardo, A. & Ruiz, M. (2002). [SPSS11. Guía para el análisis de datos](#), (1a. ed.) McGraw-Hill. (2 ejemplares en Biblioteca).
- Edison Medina La Plata. (2015). [Business Intelligence: Una guía práctica](#). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. (2 ejemplares en Biblioteca)
- Torres, F., Atehortua, D., & Caballero, M. (2018). [Inteligencia de Negocios con Excel y Power Bi: Una Guía Exhaustiva para la: Preparación, análisis y Visualización de Datos](#). Camara Colombiana del Libro. (3 ejemplares en Biblioteca).
- Witten, H. (2005). *Data mining: practical machine learning tools and techniques* (2a ed.). (3 ejemplares)
- Han, J., & Micheline, K. (2006). [Data mining : concepts and techniques](#) (2a ed.). (3 ejemplares en Biblioteca).

Formato virtual:

- Deckler, G. (2019). [Learn Power BI: A Beginner's Guide to Developing Interactive Business Intelligence Solutions Using Microsoft Power BI](#). Packt Publishing (Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Edison Medina La Plata. (2015). [Business Intelligence: Una Guía Práctica](#). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Lawrence, K.D. (2015). [Contemporary Perspectives in Data Mining](#) Volume 2. [Libro electrónico]. Information Age Publishing (Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Loshin, D. (2012). [Business Intelligence: The Savvy Manager's Guide](#). Vol 2nd ed. Morgan Kaufmann Multiusuario, disponible en Ebooks Collection, Ebsco Host).

Martínez Silverio, D. A. & Tejada Betancourt, L. (II.). (2019). [Manual de bases de datos](#) [Libro electrónico]. Universidad Abierta para Adultos (UAPA) (Multiusuario, disponible en E-libro).

Pedrós Piñón, M. (2018). [Manual SEO: posicionamiento web en Google para un marketing más eficaz](#) [Libro electrónico]. Bubok Publishing S.L. (Multiusuario, disponible en E-libro).

Sáiz Manzanares, M. C. Escolar Llamazares, M. D. C. & Rodríguez Medina, J. (2019). [Investigación cualitativa: aplicación de métodos mixtos y de técnicas de minería de datos](#) [Libro electrónico]. Editorial Universidad de Burgos (Multiusuario, disponible en E-libro).

Bases de datos:

Ebsco Host, Alfaomega, Ebrary, E-libro, Ebooks Collection (Ebsco Host).

En acceso abierto: Google Académico.