

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS  
CARRERA DE DIRECCION DE EMPRESAS**

**DN-4737: Gerencia de Sistemas de Bases de Datos**

I Semestre, 2004

**Profesores:**

Lic. Enrique Dueñas G.  
Ing. Iván Rojas Barrantes  
M.S.I. Roberto Porras León (coordinador)  
Lic. Mainor Jiménez Ramírez

**Descripción del Curso:**

El curso permite al estudiante adquirir los conceptos y habilidades que le permitan manejar técnica y eficientemente los sistemas de bases de datos en función de los procesos de toma de decisiones gerenciales y del funcionamiento operativo de las empresas. También le ofrece la oportunidad de conocer y analizar temas estratégicos de negocios relacionados con el Comercio Electrónico. El curso tiene un valor de 3 créditos y como tiene correquisito el curso DN-4736: Gerencia de Operaciones.

**Objetivo General:**

Proporcionar al futuro Gerente los conocimientos teóricos y prácticos básicos sobre los Sistemas de Bases de Datos así como facilitar el conocimiento del Comercio Electrónico como recurso estratégico para los negocios modernos.

**Objetivos Específicos:**

El estudiante será capaz de:

- Familiarizarse con los conceptos fundamentales del entorno y estrategias en la nueva economía digital.
- Proporcionar un entendimiento fundamental de los diferentes tipos y componentes de los modelos de negocios de la nueva economía.
- Identificar los principios y estrategias que están detrás del diseño de la interfaz para el cliente web.
- Comprender claramente los conceptos de sistemas de bases de datos y los elementos a tomar en cuenta en su diseño, creación y administración.
- Construir, en forma sencilla, una base de datos para la administración de la información en la empresa.
- Desarrollar una actitud responsable hacia el propio aprendizaje.

**Contenido:**

**Tema 1: Aspectos estratégicos del Comercio Electrónico**

- Panorama general de la estructura del Comercio Electrónico.
- Desarrollo de la Internet e Infraestructura de Redes
- Análisis de las oportunidades de mercado
- Modelos de Negocios en la Nueva economía
- Elementos del diseño de la interfaz para el cliente web
- Comunicaciones del mercado y establecimiento de marcas

## Tema 2: Organización y Administración de Bases de Datos

- Conceptos de Administración de datos.
- Modelado de datos y modelos de bases de datos.
- Sistemas de Administración de bases de datos.
- Capacitación básica en el uso del programa ACCESS.
  - Conocimiento del ambiente de trabajo en Access
  - Conceptos y herramientas básicas para la creación de una base de datos
  - Creación de una base de datos sencilla para administrar la información de la Empresa.

### Metodología:

El curso se desarrollará de la siguiente forma:

- Sesiones de trabajo para exponer la teoría relacionada con los temas de estudio, por parte del profesor y analizar la forma de aplicarla en un contexto de negocios específico.
- Conformación de grupos de trabajo para el desarrollo de debates sobre los temas del curso y presentación de casos.
- Lectura individual en los libros recomendados y material adicional suministrado por el profesor.
- Participación de los estudiantes en la clase, sobre los temas analizados.
- Pruebas cortas para evaluación de las sesiones de trabajo y las lecturas recomendadas.
- Desarrollo de trabajos prácticos sobre los temas del curso.
- Exposiciones orales, con el apoyo de recursos multimedia.
- Aplicación de dos exámenes teóricos y un examen final, en días sábados.
- Elaboración de un examen práctico sobre el diseño y creación de una base de datos.

### Explicación de la metodología:

- En las fechas preestablecidas para los debates, los grupos deberán organizar los mismos y presentar un informe escrito del tema asignado. El profesor participa únicamente como moderador.
- Periódicamente se solicitará el análisis de casos relacionados con los temas de estudio.
- La clase normalmente se desarrolla mediante la exposición y discusión de los temas de estudio y su aplicación en casos reales.
- El trabajo en el laboratorio será, en la medida de lo posible, en forma individual.
- La exposición de los trabajos debe hacerse utilizando recursos multimedia.

### Sistema de Evaluación:

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| • Asistencia a las sesiones de trabajo y comprobaciones de lectura                   | 15%                        |
| <i>El profesor, puede evaluar el tema de estudio en cualquier momento.</i>           |                            |
| • Preparación, participación y evaluación de los debates                             | 15%                        |
| • Resolución de casos  | 10%                        |
| • Exámenes teóricos  | 40%                        |
| ○ Examen teórico 1   | 20% sábado 3 de abril, 1pm |
| ○ Examen teórico 2   | 20% sábado 29 de mayo, 1pm |
| • Construcción de una Base de Datos  | 20%                        |
| <i>Se evaluará tanto el diseño como la funcionalidad de la base de datos creada.</i> |                            |
| <b>Nota de Aprovechamiento:</b>  | <b>100%</b>                |

**Nota Importante:**

El estudiante que, luego de participar en todas y cada una de las actividades de evaluación, obtenga un porcentaje acumulado mayor o igual al 85%, se exime del examen final. De lo contrario, el promedio obtenido en la nota de aprovechamiento equivaldrá al 80% de la nota final y el examen final tendrá un valor del 20% restante. El examen final incluye todos los temas teóricos del curso y se realizará y día 3 de julio.

Se aplica prueba de ampliación a aquellos estudiantes que obtengan una calificación final en el curso entre 6,0 y 6,5. El examen de ampliación incluye todos los temas teóricos del curso. El estudiante que obtenga en la prueba de ampliación una nota de 7,0 o superior, tendrá una nota final de 7,0. (art.26 Reglamento de Régimen Académico Estudiantil).

**Bibliografía:**

Libro de texto requerido:

- Rayport, Jeffrey y Bernard Jaworski, "E-commerce", Edit. McGraw-Hill, 2000.

Otros libros de referencia

- Amor, Daniel, "La (R)evolución E-Business", Editorial Prentice-Hall, Buenos Aires, 2000.
- Chase, Larry, "Comercio Electrónico: tácticas probadas para hacer negocios en Internet", Editorial Limusa Wiley, Grupo Noriega, México, 2000.
- Cohan, Peter S., "El Negocio está en Internet", Editorial Pearson Educación, México, 2000.
- Del Barrio, Luis, "E-Negocios: las 10 claves para hacer negocios con éxito y vender más en Internet." Ediciones Gestión 2000, Barcelona, España, 2000.
- Kienan, Brenda, "Soluciones Microsoft de Comercio Electrónico", Mc. Graw-Hill Interamericana, España, 2000.
- McLeod, Raymond Jr., "Sistemas de Información Gerencial", Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., México, 2000.
- Rodríguez Ardura, Inma, "Marketing.com", Ediciones Pirámide, Grupo Anaya, Madrid, 2000.
- Stair, Ralph M., Reynolds, George W., "Principios de Sistemas de Información", International Thomson Editores, cuarta edición, México, 2000.
- CCPM (Centro de Computación Profesional de México), "Comercio Electrónico", McGraw-Hill Interamericana, México, 2001.
- Porras, Roberto; "¿Cómo evaluar la calidad de los Recursos de Internet?, resumen.
- Spring, Asher; Chambers, Wicke, "Cómo hacer presentaciones exitosas" (la fórmula infalible para realizar presentaciones de negocios), Person Educación, México, 1998.
- Craig, Hedi y Buchanan, Timothy., "Aprendiendo Microsoft Access 2000 en 24 horas", Prentice-Hall, México, 1999.
- Cassel, Paul y Palmer, Pamela., "Aprendiendo Microsoft Access 2000 en 21 días", Prentice-Hall, México, 2000.
- Información obtenida en Internet.
- Cualquier otro material relacionado con el curso.