FORMACIÓN A DISTANCIA Y CON CAMPUS VIRTUAL

MÁSTER
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

ESPECIALIZACIONES

- Tecnologías de la Información e-Commerce
- Tecnologías de la Información e-Business



FUNIBER
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

Máster:

Universidad de León (España)

Universidad de Piura (Perú)

Universidad Tecnológica de Panamá (Panamá)

Centro Panamericano de Estudios Superiores (México)

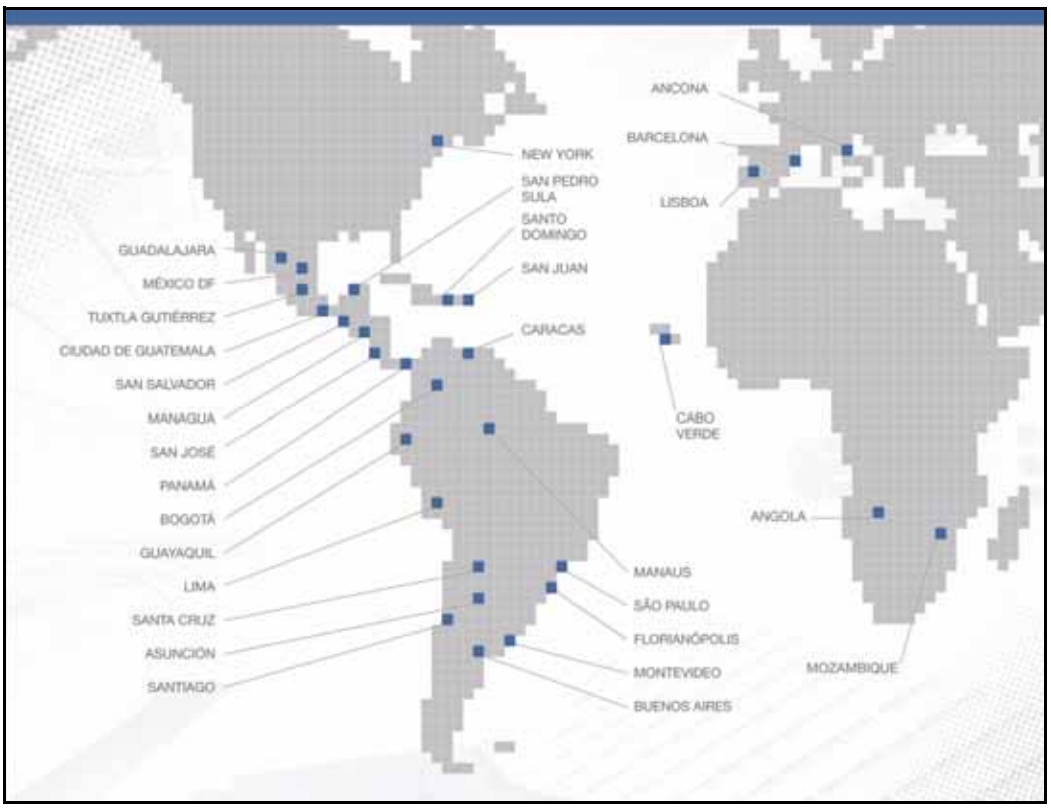
Especializaciones:

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial de Barcelona
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA

Universidad Autónoma de Chiapas (México)

FUNIBER
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

Sedes FUNIBER



ESPAÑA (OFICINA CENTRAL):
Paseo García Faria nº 29
08005 Barcelona
Teléfono: (34) 902 11 47 99
Fax: (34) 902 19 76 58
E-mail: funiber@funiber.org

PORTUGAL:
INSTITUTO PIAGET
Av. João Paulo II, Lote 544, 2º
1900-726 Lisboa - Portugal
Teléfono: (351) 218 316 533
Fax: (351) 218 316 504
E-mail: portugal@funiber.org

CABO VERDE:
UNIVERSIDADE JEAN PIAGET DE CABO VERDE
Campus Universitário Cidade da Praia
Caixa Postal 775 Palmarejo Grande - Cidade da Praia
Tel: 00 238 2609000
Fax: 00 238 2609020
E-mail: caboverde@funiber.org

ITALIA:
UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE
Dipartimento di Biochimica, Biologia e Genetica - Facoltà di Medicina
Via Brecce Bianche - Monte D'Ago. 60131 Ancona
Teléfono: (39) 071 2204160
Fax: (39) 071 2204123
E-mail: univpm@funiber.org

ANGOLA:
UNIVERSIDADE JEAN PIAGET DE ANGOLA
Campus Universitário de Viana
Bairro Capalanka - Viana, 10365 Brito Godins, Angola
Tel: 00 244 92301148
Fax: 00 244 2290872
E-mail: angola@funiber.org

MOZAMBIQUE:
UNIVERSIDADE JEAN PIAGET DE MOÇAMBIQUE
Campus Universitário da Beira
Inhamízua - Moçambique
Tel. 00 258 23346200
Fax. 00 258 23346201
E-mail: mozambique@funiber.org

© Fundación Universitaria Iberoamericana

FUNIBER
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

ARGENTINA:
Avda. Rivadavia 2206, 2º A
(C1034ACO) - Buenos Aires
Teléfono: (54-11) 4953 1083
Fax: (54-11) 4953 1044
E-mail: argentina@funiber.org

BOLIVIA:
Calle Bumberque Nro. 361
Santa Cruz, Bolivia
Teléfono: (591-3) 339 8527
Fax: (591-3) 339 8528
E-Mail: bolivia@funiber.org

BRASIL (ESCRITÓRIO FLORIANÓPOLIS):
Rua Vento Sul, nº. 126 - Campeche - Florianópolis -
SC - Brasil - CEP 88063-070
Telefone: (+55) 48 3239 0000
Fax: (+55) 48 3239 0002
E-mail: brasil@funiber.org

BRASIL (OFICINA MANAUS):
Av. Joaquim Nabuco, nº. 2503 - Centro -
Manaus - AM - Brasil - CEP 69013-000
Telefone/Fax: (+55) 92 3622 3029
E-Mail: amazonas@funiber.org

CHILE:
Arzobispo Larraín Gandarillas, 70. Ex. 260
Comuna Providencia. Santiago de Chile
Teléfono: (56-02) - 928 97 00
Fax: (56-02) 341 75 19
E-mail: chile@funiber.org

COLOMBIA:
Calle 39 A # 19-18
La Soledad - Bogotá
Teléfono: (57-1) 285 35 33
Fax: (57-1) 288 44 23
E-mail: colombia@funiber.org

COSTA RICA:
Curridabat del Indoor Club 25 oeste, 75 norte Casa 4 A,
Urbanización la Alameda
Teléfono: (50-6) 280 45 22
Fax: (50-6) 234 56 22
E-mail: costarica@funiber.org

ECUADOR:
Ciudadela Kennedy Norte.
Calle Jerónimo Avilés y Miguel H. Alcívar.
Manzana 405. Solar 13. 1er piso. Guayaquil
Telefax: (593) 4-2682721 / (593) 4-2682723
(593) 4-2683421
E-mail:ecuador@funiber.org

GUATEMALA:
10 Avenida 15 - 82, Zona 10
Guatemala, Ciudad
Telefax: (502) 2337 4949 / (502) 2366 5998
E-mail: guatemala@funiber.org

HONDURAS:
9 y 10 calle 22 y 23 avenida Número 95 Colonia Trejo
San Pedro Sula. Honduras
Teléfono: (00 504) 5535179
E-mail: honduras@funiber.org

MÉXICO (OFICINA MÉXICO D.F.):
Wisconsin, 38 Colonia Nápoles
Delegación Benito Juárez
C.P. 03810 México D.F.
Teléfono: (52-555) 523 90 54
Fax: (52-555) 523 94 42
E-mail: mexico@funiber.org

MÉXICO (OFICINA GUADALAJARA):
Av. Niños Héroes # 2285 interior 111
Col. Moderna C.P. 44190 Guadalajara - Jalisco.
Teléfono: 01 (33) 3679 4351
ext. 1111 y 1112
E-mail: guadalajara@funiber.org

MÉXICO (OFICINA CHIAPAS):
2a. Norte Ote. No.466
Col. Centro CP. 29000
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
Tel. (961) 61 36904
Fax. (961) 61 31354
Celular. (045) 961 17 76925
E-mail: chiapas@funiber.org

NICARAGUA
Km. 5 Carretera a Masaya, del Colegio Teresiano 1C al
este, Casa No. 130 Planes de Altamira
Managua - Nicaragua
Tel: (505) 22702646
E-mail: nicaragua@funiber.org

PANAMÁ:
Consejo de Rectores de Panamá
Edificio 868, 2° Piso. Albrook
Ciudad de Panamá.
Teléfono: (507) 315 06 96
Fax: (507) 315 09 63
E-mail: panama@funiber.org

PARAGUAY:
Avda. Santa Teresa N° 2629 c/ Denis Roa
Barrio Ycuá Satí
Asunción, Paraguay C.P 1824
Telefax: (+595) (21) 604 011
Móvil: (0981) 968 928 y (0976) 957 022
E-mail: paraguay@funiber.org

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

PERÚ:
Calle Chimu Capac 163.
Urbanización Los Rosales
Surco - Apartado 33 055, Lima 33
Teléfono: (51-1) 448 02 00
Fax: (51-1) 273 38 08
E-mail: peru@funiber.org

REPÚBLICA DOMINICANA:
Calle Jacinto Ignacio Mañón Nº 41
Plaza Nuevo Sol - Local 20-B
Ensanche Paraiso. Santo Domingo
Teléfono: (809) 540 4720
Fax: (809) 616 0501
E-mail: republica.dominicana@funiber.org

USA:
Bryant Park.1440 Broadway 23rd floor.
NY, NY 10018
Teléfonos: (1) 646 383 7291 / (1) 866 877 9857 / (1) 646 383 4716
E-mail: usa@funiber.org

PUERTO RICO:
Calle José A. Cedeño, #521, Arecibo, PR 00612
Postal: P.O.Box 1304
Teléfono: (1-787) 878-2121
Fax: (1-787) 878-2124
E-mail: puertorico@funiber.org

URUGUAY:
Cnel. Brandzen 1956, oficina 901 - Edificio Cosmos
11200 Montevideo, Uruguay
Teléfono: (598-2) 409 49 62
Fax: (598-2) 409 49 62
E-mail: uruguay@funiber.org

VENEZUELA:
Av. Fco de Miranda, Centro Lido
Torre D, Piso 4, Local 41 HQ
Caracas - Chacao, 1060
Venezuela
PBX: 0212 762 25 24
E-mail: venezuela@funiber.org

© Fundación Universitaria Iberoamericana

© Fundación Universitaria Iberoamericana

ÍNDICE

••• ÁREA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción 1
2. Dirección académica y profesorado 4
3. Importancia de una formación graduada en Dirección Estratégica y NTIC 5
   3.1. Equilibrar la comprensión entre habilidades y herramientas 5
   3.2. Comprender la existencia de la globalización 6
   3.3. Asumir y aprovechar las nuevas tecnologías 7
4. Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información 8
   4.1. Conceptos centrales: Dirección Estratégica y NTIC 8
   4.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar 9
   4.3. Programa de estudios 10
5. Especialización/Extensión en Tecnologías de la Información e-Commerce 23
   5.1. Conceptos centrales: Comercio y Nuevas Tecnologías 23
   5.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar 23
   5.3. Programa de estudios 24
6. Especialización/Extensión en Tecnologías de la Información e-Business 28
   6.1. Conceptos centrales: Nuevos Negocios y Negocios Electrónicos 28
   6.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar 28
   6.3. Programa de estudios 29

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7. Formación global 33
7.1. Elementos formativos para una educación en la sociedad de la información y de las comunicaciones 33
7.2. Modelo educativo integral 34
7.3. Metodología de estudio y aprendizaje usando el Campus Virtual 35

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

ÁREA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

La innovación no es una opción. La moderna gestión empresarial que se desarrolla en una sociedad global dominada por internet y las nuevas tecnologías, demanda empresas, organizaciones, instituciones y actividades cotidianas conectadas al espacio de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC). Esto permitirá a las empresas poseer innovaciones organizacionales, tecnológicas, comerciales, y financieras (entre muchas otras), que les garanticen niveles de competitividad y sostenibilidad adecuadas a los entornos globales y/o interconectados en que se desenvuelven.

En este sentido, las NTIC son parte intrínseca de las estrategias empresariales. Por este motivo, las NTIC deben ser dirigidas con una visión estratégica que les permita ser tratadas como esencia de la dinámica organizacional y como agente de cambio de las propias organizaciones y de sus estrategias.

El Área de Tecnologías de la Información responde a este fenómeno lo cual ha dado lugar a que hoy en día las empresas han incursionado en nuevos escenarios de actuación trayendo consigo la aparición de nuevos actores y procesos de trabajo que ya sugieren y demandan el empleo de las NTIC. Todo esto ocurre dentro de una realidad social enmarcada por la Sociedad de la Información y del Conocimiento que lleva a nuevos estilos de gestión que es el factor clave en el dominio del recurso información y conocimiento.

Dicha realidad obliga a incorporar nuevos elementos para generar o reconstruir nuevos procesos acordes con las necesidades de las empresas lo cual implica hablar de nuevos modelos de comercialización y de “hacer los negocios” que van más allá del uso de las NTIC e Internet aplicados a los procesos de negocio, sino elementos de cambio organizacional y social, englobando así cualquier proceso tradicional. Esto ha dado lugar a que las empresas deben contar con ejecutivos y directivos conocedores de estrategias conocidas como “e-business” y “v-business” (virtuales) como base de cualquier gestión organizacional. Pero además, esta nueva forma de ver la organización ha generado nuevos paradigmas organizacionales que obligan a que cualquier persona que tome decisiones en un empresa deba comprender el rol de la NTIC para poder desarrollar su trabajo de forma eficiente, eficaz y efectiva.

El Área de Tecnologías de la Información contiene varios programas ejecutivos de postgrado que canalizan toda la experiencia de los participantes y la complementa con la más actualizada información académica y profesional tomada de otras realidades, que en su conjunto se aplica a situaciones y experiencias de los participantes. El área posee un fuerte énfasis en dos conceptos centrales y esenciales en la gestión y en la vida diaria de las organizaciones y la sociedad: la Dirección Estratégica y las NTIC. El área está caracterizada por el Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información (MDETI).

El programa MDETI, aporta los fundamentos y el conocimiento necesario para comprender las NTIC en el contexto de la sociedad global y con una perspectiva estratégica que les integra completamente a la dinámica organizacional en los tres niveles decisionales y de cambio: estratégico, táctico y operacional. Con estas bases, el MDETI aporta los fundamentos de la innovación empresarial que garantiza que las estrategias organizacionales y las estrategias de NTIC estén alineadas y sean coherentes con el desarrollo de una empresa en mercados cambiantes y en una sociedad interconectada.

No obstante, el amplio campo de los negocios e-business y las soluciones e-commerce requieren una preparación específica en campos o áreas determinadas. En este sentido existen dos programas de menor duración pero integrados al Máster que abarcan diversos temas cuyo estudio en un plazo menor al de una maestría permiten conseguir un alto valor añadido de corto plazo y de amplia utilidad tanto a aquellos profesionales con experiencia en el sector como a universitarios que deseen ampliar sus conocimientos. Estos programas son:

- Tecnologías de la Información e-Business (TICETI); y,
- Tecnologías de la Información e-Commerce (TICEC).

En el MDETI un estudiante debe culminar con un Trabajo de Tesis, que es la actividad final del programa de estudios, mientras en los programas TICETI y TICEC se culmina con trabajos evaluados para conseguir el título de especialista, de lo contrario podrá conseguir el título de Extensión Universitaria.

Todos los programas incluyen actividades evaluadas acordes a los objetivos pedagógicos de cada contenido a estudiar. Así se combinan la disciplina de los negocios y las NTIC con experiencias reales en actividades individuales y grupales mediante evaluaciones virtuales, ejercicios prácticos, proyectos y estudio de casos, usando un Campus Virtual que permite conjugar el estudio individual con el trabajo no-presencial tanto colaborativo como cooperativo.

Mediante la articulación pedagógica de fundamentos teóricos, análisis de casos teóricos, y discusión de casos prácticos, dentro de un espacio de interacción promovido por los profesores y por el uso del Campus Virtual, un participante que culmine cualquiera de los programas de estudio del área quedará cualificado para:

- Desarrollar estrategias de negocios donde las NTIC serán un elemento de competitividad organizacional. Analizar la dinámica de las organizaciones y la aplicación práctica de las más modernas herramientas y tecnologías de gestión dirigidas a fortalecer la competitividad desde la perspectiva del comercio y/o de los negocios electrónicos.
- Analizar la dinámica de las organizaciones y proponer mejoras mediante las NTIC.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

- Promover la creación de organizaciones abiertas al aprendizaje produciendo procesos de valor dentro del contexto social y tecnológico de una organización.
- Conocer y plantear distintas técnicas, enfoques, y sistemas para aumentar la eficacia y efectividad de los procesos directivos.
- Comprender el rol de las NTIC en las organizaciones.

El área forma ejecutivos y directivos en el espacio de los negocios y las NTIC mediante el programa de Maestría, y especialistas en generación y ejecución de procesos de cambio mediante los otros programas TICEC y TICETI. En este sentido la oferta académica del área se orienta a personas que deseen crecer en área de asesoramiento, consultoría o asesoría estratégica. En particular los programas se dirigen a profesionales que ocupen o deseen ocupar puestos de dirección y que posean una alta motivación por incursionar en uno de las más importantes áreas de desarrollo empresarial: unir el crecimiento de los negocios con un uso efectivo y eficaz de las NTIC en los procesos de cambio que se necesiten.

Cada programa permitirá que sus graduados se puedan desenvolver en el campo de la asesoría estratégica de negocios, de la consultoría empresarial, y/o como investigadores vinculados al campo de la dirección estratégica, la gestión del cambio, la innovación y la reingeniería de negocios, y cualquier otro relacionado con el uso e impacto de las NTIC en los negocios. El área considera esencial la incorporación de las NTIC como parte esencial de la formación de un especialista en dirección estratégica, y como parte intrínseca de su futuro trabajo profesional. En este sentido las NTIC se usan en los programas de estudio en dos planos formativos:

- Uno educativo, para potenciar, enriquecer y aumentar el poder explicativo de los docentes y ampliar el aprendizaje de los educandos a través del Campus Virtual donde el estudiante accede a una biblioteca online, y espacios de discusión sincrónicos y asincrónicos.
- Uno pedagógico, donde las NTIC integran el proceso formativo en un continuo aprender-haciendo donde el propio proceso de resolución de deberes se considera en sí mismo un propio proceso de creación de innovaciones y gestión de conocimiento.

De esta manera, la NTIC se integran en los programas de estudio como parte del conocimiento a adquirir, siendo así un medio eficaz de docencia y aprendizaje donde, por una parte trasladando las tecnologías a métodos de enseñanza y de gestión educativa, y por otra parte como una herramienta de gestión de las propias actividades evaluadas a desarrollar por parte de los estudiantes. Así, puede decirse que los programas ofrecen una excelente oportunidad de formación y superación personal a las personas que, por sus razones de trabajo, y a pesar de su interés y sus capacidades, no pueden dedicarse a sus estudios, pero que a través de ellos lo pueden conseguir con toda la rigurosidad y calidad que sus necesidades y desafíos personales requieren ser satisfechos.

Aún más, con esto se cumple un tipo de educación continua profesional que hoy en día es fundamental para aquellas personas que buscan un desarrollo personal de excelencia, pero que también es una condición para ocupar los más altos cargos ejecutivos de empresas que buscan un desarrollo sustentable en el largo plazo. Son estas empresas las que actualmente se encuentran desarrollando estrategias y que requieren de profesionales con capacidad de dirigir, liderar y gestionar, e incluso iniciar, los cambios, con una preparación, formación, habilidades y conocimientos específicos, y que mediante los programas de esta área de estudios se pueden conseguir.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

2. Dirección académica y profesorado

- Dr. Alfons Cornellá Solans. Director de la revista Infonomía.
- Dr. Santos Gracia Villar. Doctor en Ingeniería Industrial. Profesor de la Universidad Politécnica de Cataluña, España.
- Dr. Christian A. Estay Niculcar. Doctor en Proyectos de Innovación Tecnológica. Profesor de la Universidad Santa María - Campus Guayaquil, Ecuador. Director de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) Ecuador.
- Ms. Saúl Domingo Soriano. Máster en Dirección General de Empresas por el Institut Català de Tecnología de Barcelona. Máster en Consultoría y Tecnologías de la Información e-Business.
- Dr. José Manuel Figueroa González. Director del Área de Organización Empresarial, Desarrollo Directivo, RR.HH. de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER).
- Ldo. Alberto Jorge Acosta.Licenciado en Psicología (Cuba). Director General de Cuadros, Desarrollo y Recursos Humanos de la Universidad de Matanzas de Cuba.
- Ms. Pedro Chávez Chiclayo.Ingeniero de Computación y Sistemas por la Universidad Antenor Orrego de Trujillo (Perú). Maestría en Ingeniería Eléctrica y de Computación en la Universidad Estatal de Campinhas en São Paulo (Brasil).
- Ms. Lourdes Plaza Pimentel.Máster en Consultoría en Tecnologías de la Información e-Business (España). Magister en Tecnologías de la Información (Chile).
- Ing. Gabriela Larrea Madinyá.Ingeniera Comercial (Ecuador-Chile). Directora de Comunicaciones de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER) Ecuador.
- Dr. Roberto Álvarez. Especialista en Gestión Estratégica. Profesor de la Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- Dr. (c) Jon Arambarri Basañez. Fundación Universitaria Iberoamericana. Ingeniero de Telecomunicación. Master en Gestión de Empresas (Euskal Herriko Unibertsitatea EHU/UPV).

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

3. Importancia de una formación graduada en Dirección Estratégica y NTIC

Unir el amplio campo de Administración con el cuerpo teórico y aplicado de conocimiento de la Estrategia Empresarial junto a una visión global de la sociedad, y un fuerte componente de análisis del rol de las NTIC en los procesos estratégicos de los proyectos de negocios en la nueva economía, demanda una formación graduada adecuada para:

- Dar una visión amplia de la relación entre las NTIC y la sociedad.
- Dar una visión completa del pensamiento estratégico desde la planificación empresarial hasta su despliegue en estrategias de NTIC.
- Comprender la íntima relación entre procesos de negocio, sistemas organizacionales y formas de trabajo con el mundo de las NTIC y de internet.
- Aportar conocimiento teórico sobre NTIC vinculado a herramientas y métodos en uso, y experiencias internacionales relacionadas con la dirección estratégica.
- Habilidades para superar los problemas propios y singulares de toda actividad vinculada a procesos de cambio organizacional derivados de la implantación de NTIC.
- Capacidades para enfrentar escenarios que involucran equipos de trabajo distantes, conocimiento disperso y construcción de soluciones particulares.

FUNIBER aprovechando toda su experiencia y conocimiento en formación de personas, provee un programa formativo que se integra en un cuerpo temático riguroso, completo y coherente. Esta formación añade 3 elementos de valor añadido que son fundamentales en un programa de formación para profesionales:

- Equilibrar la comprensión entre habilidades y herramientas;
- Comprender la existencia de la globalización; y,
- Asumir y aprovechar las nuevas tecnologías.

3.1. Equilibrar la comprensión entre habilidades y herramientas

Los enfoques docentes usados hasta la fecha se han caracterizado y se caracterizan aún, por la explicación y aplicación de metodologías y herramientas como ayudas para hacer, desarrollar, y seguir un camino trazado derivado de estrategias que se presume o son bien entendidas o debemos generar. Todo este instrumental es adecuado en casos en que una empresa se desenvuelve en entornos estables y/o conocidos, pero no adecuados a *procesos variables y no estables de cambio derivados del uso de las NTIC*. Igualmente estos instrumentos sirven para no desviarse del objetivo, y permiten una solución de forma eficiente lo cual en *procesos de cambio organizacional derivados de la inserción, uso y difusión de las NTIC* resultan ser esenciales y vitales.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

Pero si bien son buenas ayudas en la consecución del objetivo inmediato de una empresa, no siempre facilitan la buena selección del objetivo que ha de proporcionar el éxito y que en muchos casos decide en el mundo contemporáneo de los negocios la viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad de toda innovación e idea innovadora.

Estas herramientas y metodologías usadas en el día-a-día de una organización son obstáculos para el pensar y el resolver con creatividad para dar con la solución e intuir el camino para alcanzarla. Con frecuencia son los procedimientos quienes determinan los objetivos. Las discusiones de detalles ciegan el destino ideal y posible dificultando la elección de mejores opciones. En suma, con frecuencia no se buscan soluciones a problemas, sino que se plantean problemas para unas soluciones. Esta situación ha llevado a que la formación de profesionales en los temas de *dirección estratégica* se haya dejado de lado el para qué de una estrategia, excluyendo de todo proceso pedagógico el trabajo de creación y formulación de las mismas.

Por ello en los programas del área de Tecnologías de la Información se funde adquisición de habilidades estratégicas dentro del estudio aplicado de las NTIC, usando metodologías reconocidas y premiadas de formación de profesionales. *Este aprender-haciendo es hoy en día la esencia de la formación en el campo de los nuevos negocios y la nueva economía, pues se considera imposible hacer docencia sin vivir una experiencia real, como mínimo, de generación de ideas que conjugue teoría (herramientas) y práctica (habilidades).*

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

3.2. Comprender la existencia de la globalización

La globalización demanda profesionales con una formación de nivel, igual o superior a los estándares establecidos por instituciones y organismos internacionales, que les permita la resolución inmediata de los problemas, conociendo las herramientas tecnológicas dispuestas para este fin y manejando todos los "lenguajes" necesarios, para poder interactuar y coordinar las diferentes áreas que intervienen en una organización y en la innovación de negocios.

A ello debe sumarse la compleja relación que todo profesional de una organización debe asimilar: la rapidez de los cambios, la diversidad de las tecnologías, formación teórica y práctica, abstracta y concreta, todo orientado a *ayudar al máximo en procesos, tanto de cambio de empresas tradicionales hacia empresas sustentadas en NTIC, como a procesos de competencia empresarial en un espacio informatizado de negocios*, sin dejar de responder a la compleja ecuación: menores riesgos y costos, mayor calidad, máxima eficiencia, sin perder viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad. A ello deben sumarse las habilidades de los profesionales para estar aprendiendo e informándose continuamente.

Por ello en los programas del área de Tecnologías de la Información se orienta al trabajo en equipos de negocio en modalidad virtual con prácticas que promueven el trabajo compartido cooperativo-colaborativo. Esto permite al estudiante sensibilizarse sobre los procesos de cambio y de competitividad *caracterizados hoy en día por su persistencia, su adimensionalidad temporal y geográfica, al comprender la importancia de las comunicaciones mediadas por NTIC y que hoy en día es la base del trabajo organizacional uniendo experiencias de trabajo de grupos de personas situadas en sitios distantes y cuya comunicación demanda intensos y complejos procesos de interacción humana no-presencial orientados a la creación y mejora de ideas.*

3.3. Asumir y aprovechar las nuevas tecnologías

Las NTIC son un eje en la integración de los esfuerzos de los componentes dispersos de un proyecto, del seguimiento de su ejecución, del registro histórico de su operación, por señalar algunos rasgos. Por esto, un profesional que trabaje en el campo de la *dirección estratégica* debe reconocer el rol de las NTIC como herramientas propias de la gestión y la creación organizacional, sin dejar de ser medios de persistencia del conocimiento expresado en conversaciones y comunicados documentales.

En este sentido, se hace indispensable la incorporación de tecnología informática, ya no solo para articular el aprendizaje, sino para entrenar a los profesionales en el uso y aprovechamiento de estas herramientas para su futura labor profesional.

Por ello en los programas del área de Tecnologías de la Información se usan las NTIC como parte del proceso formativo donde, mediante acciones formativas realizadas en el Campus Virtual, el estudiante aprende prácticas de dirección de trabajo en equipo, almacenamiento persistente de comunicación, documentación emergente de trabajo colaborativo, entre otras, *que constituyen la base del conocimiento organizacional, entendidos como procesos de generación de conocimiento compartido.*

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4. Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información

4.1. Conceptos centrales: Dirección Estratégica y NTIC

La innovación en negocios que demanda la moderna gestión empresarial y la inmanente existencia de internet y la sociedad global, demanda empresas, organizaciones, instituciones y actividades cotidianas conectadas al espacio de las NTIC para proveer innovaciones organizacionales tecnológicas, comerciales, financieras, entre muchas otras. Esto ha llevado a que hoy en día se hable de empresas informatizadas que han debido pasar por complejos procesos de cambio que han incluido digitalizar y virtualizar procesos de negocio dando lugar a nuevas formas y modos de trabajo. Esta evolución hoy en día no cesa de parar.

Por otro lado, desde los primeros albores de la Sociedad de la Información, ha cobrado fuerza y se ha visto la importancia de que el conocimiento es un recurso siempre presente en toda organización y su valor incalculable y por ello no debe perderse. *Perder y crear conocimiento no son opciones, son hechos económicos reales.* Producto de esta aparentemente nueva necesidad y gracias a las NTIC, el conocimiento adquiere un rol esencial en la vida diaria y precisa su gestión como un recurso más e incluso de mayor relevancia a otros como los financieros y los productivos. Así, no se puede dejar de lado que el conocimiento es esencial en toda organización y por ello soluciones a nivel estratégico o del tipo e-commerce o e-business no son opciones ni medios alternativos, son “gatilladores”, “facilitadores” y “constituyentes” de este hecho.

El avance de las Ciencias de la Administración y la Ciencia de la Gestión Empresarial ha supuesto cambios importantes en las diversas facetas de los negocios afectando tanto la administración general como la estrategia y las operaciones en particular. Pero estos cambios demandan un conocimiento especial cuando son motivados por las NTIC. De hecho, si bien gracias al continuo avance de las ciencias y las disciplinas vinculadas a los negocios y las NTIC han permitido estrechar sus relaciones siempre existentes, la plétora de aportaciones que cada campo genera hace difícil ver estas relaciones y prever las nuevas. Por esto, es frecuente hablar hoy en día de innovaciones empresariales o de procesos de negocios que surgen de entramados sociales caracterizados por prácticas cooperativas y colaborativas en comunidades de prácticas sostenidas en NTIC dentro de estrategias activas de negocios. Expresiones de este estilo y varias otras, ya muestran que la relación entre estrategia y NTIC es real, no son conceptos, sino que demandan una preparación adecuada que provea esta visión integral y sistémica de unir negocios con NTIC.

Los estudios del área de Tecnologías de Información se sitúan en el espacio entre la Administración de Negocios y la Gestión de Tecnologías, con énfasis en generar una visión que une los negocios y la tecnología. Esto permite, por un lado, comprender la Dirección Estratégica cuando va alineada con las NTIC y, por otro lado, aplicar la Dirección Estratégica en la función TIC. En el primer caso, se comprende de mejor manera las nuevas formas de gestión y dirección empresarial sostenidas en las NTIC. En el segundo caso, se aporta una visión empresarial de las NTIC cuando son consideradas un recurso estratégico.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar

4.2.1. Objetivo general

- Comprender y dominar el proceso estratégico de las TI como parte de la estrategia de desarrollo empresarial.

4.2.2. Objetivos particulares

- Comprender el fenómeno de la Sociedad de la Información y del Cambio como el fundamento de las nuevas estrategias empresariales basadas así mismo en innovaciones empresariales.
- Conocer las Tecnologías de Negocio que habilitan y facilitan la generación de innovaciones de negocios.
- Conocer y dominar los elementos que sustentan la gestión del cambio organizacional que suponen las TI, sus efectos organizacionales y su disposición en un proyecto de negocios y tecnológico.
- Conocer y dominar las herramientas y las técnicas estratégicas de negocios que permiten diseñar, generar y desplegar una estrategia de negocios basada en TI.
- Conocer y dominar técnicas y herramientas de dirección de personas para la dirección estratégica negocios y TIC.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4.2.3. Destinatarios

La metodología de formación propuesta, sumada a la claridad, amplitud y didáctica del diseño de los contenidos, permite dirigir el Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información, a profesionales de diversas titulaciones (ingenieros, médicos, abogados, licenciados, entre otros) que deseen adquirir el conocimiento, habilidades y capacidades necesarias para gerenciar un puesto directivo de Sistemas y TIC, dirigir un proyecto de cambio organizacional usando TIC o que deseen asesorar empresas que requieran responder a la competitividad de los nuevos negocios.

4.2.4. Requisitos para aprobar

Aprobar todas las actividades evaluadas y exigidas, el Estudio y Resolución de Caso, y aprobar la Tesis Final de Máster.

4.2.4.1. Actividades

Las actividades evaluadas incluyen:

- Resolución de exámenes virtuales.
- Desarrollo de un caso.
- Desarrollo de un proyecto de negocios.
- Redacción de monografías sobre temas de investigación.

4.2.4.2. Tesis Final de Máster

Desarrollo de la tesis final del Máster, con seguimiento y correcciones por parte de los Consultores Académicos y, excepcionalmente profesores invitados de manera puntual.

4.3. Programa de estudios

4.3.1. Estructura del Máster

El programa de Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información posee una estructura curricular basada en 5 partes formativas:

1ª PARTE: ESTRATEGIA DE NEGOCIOS (15 CRÉDITOS)

La primera parte permite comprender de qué manera una organización prepara una estrategia de cambio y se planifica su despliegue organizacional.

2ª PARTE: DIRECCIÓN DE PERSONAS (10 CRÉDITOS)

La segunda parte permite comprender y generar estrategias de cambio organizacional a través de las personas y de equipos de trabajo.

3ª PARTE: TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS (35 CRÉDITOS)

La tercera parte da a conocer las herramientas que convierten una organización tradicional en una organización en Internet apoyada en las nuevas tecnologías (las TIC). Conseguir una visión global de los negocios cuando están involucradas las NTIC y éstas se consideran un recurso estratégico.

4ª PARTE: ESTUDIO Y RESOLUCIÓN DE CASO (10 CRÉDITOS)

El objetivo es resolver casos de estudio propuestos por el propio alumno o tutor.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

5ª PARTE: TESIS FINAL DE MÁSTER (10 CRÉDITOS)

La Tesis Final de Máster, cuya carga lectiva es de 10 créditos, tiene como objetivo presentar un documento completo que muestre el desarrollo total del proyecto propuesto, contemplando la posibilidad de su ejecución concreta, de acuerdo a los lineamientos y detalles de la Tesis Final de Máster presentada.



MDETI se compone de 15 asignaturas, Estudio y Resolución de Caso y una Tesis Final de Máster (TM).

Cada asignatura permite conocer y comprender los fundamentos de la estrategia empresarial, y las tecnologías necesarias y sus aplicaciones asociadas.

El objetivo es conseguir una visión global de los negocios cuando hay TI de por medio y se consideran un recurso estratégico.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4.3.2. Duración y estructura de créditos

La duración estimada de MDETI es de 80 créditos distribuidos de la siguiente manera: 60 créditos de asignaturas, 10 del Estudio y Resolución de Caso, y 10 créditos de Tesis de Máster.

Respecto a la distribución del tiempo se establece que:

- Al ser un Programa a distancia y no estar sujeto a clases presenciales, no se establece una fecha concreta de inicio, por lo que el alumno puede formalizar la matrícula en cualquier momento, siempre que haya plazas disponibles.
- Por motivos académicos y de aprendizaje se dispone de una duración mínima del Programa de 18 meses, contabilizados desde la fecha de entrega del primer volumen hasta la fecha de recepción del test de evaluación de la última asignatura.
- El tiempo máximo del que se dispone para realizar el Programa es de 24 meses. En este período de tiempo, el alumno debe haber aprobado de manera exitosa todas las actividades evaluadas a todas las asignaturas, y haber aprobado la Tesis de maestría.
- La estructura de créditos del programa Máster en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información se recoge en la siguiente tabla:

PARTES	CRÉDITOS[a]	DURACIÓN[b]	HORAS
1ª Estrategia de Negocios	15	6	150
2ª Dirección de Personas	10	4	100
3ª Tecnología y Negocios	35	8	350
4ª Estudio y Resolución de Caso	10	3	100
5ª Tesis Final de Máster	10	3	100
TOTAL	**80**	**24**	**800**

a. 1 crédito= 10 horas.
b. Duración en meses.

Al finalizar el Programa con éxito, el alumno recibirá el Título otorgado por la universidad donde se haya matriculado con el patrocinio de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER).

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4.3.3. Descripción de las asignaturas

Las asignaturas, a pesar de ser independientes entre sí, están autocontenidas y estructuradas según un orden pedagógico coherente que facilita su comprensión de una menor a mayor complejidad. Cada asignatura se divide en unidades temáticas básicas: capítulos, cuyo contenido incluye material impreso que debe estudiarse para responder satisfactoriamente las diversos actividades de evaluación.

#	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
ESTRATEGIA DE NEGOCIOS		
1	Dirección y Planificación Estratégica	4
2	Reingeniería, Estrategia y Dirección de Sistemas y TIC	4
3	Gestión Estratégica de Recursos Humanos	3
4	Sociedad de la Información y del Cambio	4
DIRECCIÓN DE PERSONAS		
5	Técnicas de Dirección y Liderazgo Organizacional	3
6	Técnicas de Dirección de Equipos de Trabajo	3
7	Entornos Virtuales de Trabajo Colaborativo	2
8	Gestión sin Distancias	2
TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS		
9	Comercio y Marketing electrónico	6
10	Seguridad Electrónica y Legislación	6
11	Business Intelligence y Gestión Documental	6
12	Integración de los Sistemas de Gestión Empresarial	5
13	Innovación, Cultura y Gestión del Trabajo en la Sociedad de la Comunicación	3
14	Gestión del Conocimiento y Aprendizaje Organizacional	3
15	Dirección y Gestión de Proyectos *e-business*	6
CASOS PRÁCTICOS		
	Estudio y Resolución de Caso	10
	TOTAL CRÉDITOS DE MATERIAS y ESTUDIO y RESOLUCIÓN DE CASO	**70**
TESIS FINAL DE MÁSTER		**10**
	TOTAL MÁSTER EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA en TI	**80**

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

1.- Dirección y Planificación Estratégica

En esta asignatura se propicia el pensamiento estratégico y se provee un entrenamiento en herramientas y mecanismo que facilitan la gestión contemporánea aceptando la gestión del cambio como algo inapelable dentro de entornos inestables y variables en que se desenvuelven las organizaciones.

1. La gestión del cambio como sustrato de la organización. Introducción. El cambio personal y organizacional. Algunos modelos para implantar el cambio organizacional. La resistencia al cambio. La participación en el proceso de cambio estratégico. Casos prácticos.
2. La dirección estratégica como un modelo de cambio. Introducción. El pensamiento estratégico y la dirección estratégica. Presentación de un modelo de cambio estratégico validado internacionalmente. La matriz DAFO. Casos prácticos.
3. La implantación de la dirección estratégica. Introducción. Escenarios estratégicos. La visión. Análisis del sistema de valores que sustentará la estrategia. Elaboración de estrategias empresariales. Objetivos y criterios de medida. Nuevos Negocios: crecimiento, consolidación, revitalización. Casos prácticos.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

2.- Reingeniería, Estrategia y Dirección de Sistemas y TIC

En esta asignatura se comprenderá el rol organizacional de las TIC, desde su reposicionamiento estratégico dentro de la reingeniería organizacional, hasta su gestión estratégica como recurso empresarial.

1. Sistemas de Información y Organizaciones. Presentación. Sistemas de Información (funciones, componentes y tipología). SI en las organizaciones (rol y clasificación). SI para la dirección. Impacto de las TIC en el diseño de un negocio.
2. Estrategia para S/TI. Introducción. Dirección y Planificación Estratégica d S/TI. Herramientas de análisis (Factores críticos de éxito, Madurez tecnológica de la organización, Cambio organizacional, Beneficios y Costes del Cambio, Evaluación de la Implantación).
3. Dirección de S/TI. Introducción. Gestión Funcional de los SI. Alternativas estratégicas de desarrollo. Formas de organización de la función SI.
4. Reingeniería. Introducción. Concepto. Gestión y Reingeniería. Aplicaciones. Casos de éxito.

3.- Gestión Estratégica de los Recursos Humanos

Esta asignatura ofrece una visión global del rol del director de Recursos Humanos en el siglo XXI, abarcando las áreas de actividad de la gestión y la integración a la estrategia empresarial. Asimismo hace una panorámica de los efectos de la globalización en los RRHH, las nuevas tecnologías en la Gestión de RRHH y los Sistemas de control de Gestión de RRHH.

1. Estrategia y Gestión de Recursos Humanos. Introducción. Estrategia Organizacional. Dirección estratégica y cambio. Dirección Estratégica y sus procesos fundamentales. Rasgos y tendencias de la actual GRH. Necesidad del modelo funcional de GRH. Ejercicios.

2. GRH: Tecnología para su diagnóstico, proyección y control. Introducción. Tecnología para el diagnóstico, proyección y control de la GRH. Características de la fuerza de trabajo. Tecnología de las Tareas. Grupos de interés, políticas y resultados. Ejercicios.

3. Planeación estratégica de RH y optimización de plantillas. Introducción. El proceso Integrador y Sistémico de la planificación de RH. Determinación y Optimización de plantillas. Indicadores tangibles e intangibles. Auditoría o cuadro de mando integral en la GRH. Ejercicios.

4.- Sociedad de la Información y del Cambio

En esta asignatura se desarrollará una visión que contextualice la gestión del cambio cultural y tecnológico, proporcionando las bases y planteamientos para el tránsito hacia la Sociedad de la Información y del Conocimiento y sus consecuencias organizacionales en la administración empresarial.

1. Análisis de la situación actual: cambio generalizado. Tránsito hacia la Sociedad de la Información. Impulsores del cambio actual: globalización - tecnología - información. Impactos del cambio global.

2. Adecuación organizacional al cambio: gestión del cambio cultural y tecnológico.
Innovación como propuesta de adecuación. Culturas y organizaciones innovadoras. Visión de la organización desde el punto de vista de la información.

3. De la sociedad red actual a la sociedad del conocimiento. Fundamentos, indicadores y características de la economía en red actual. Hacia la economía del conocimiento. Impacto de la gestión del conocimiento en las organizaciones.

4. Hacia la administración abierta. Introducción. Conceptos básicos sobre la sociedad de la información. Situación del Estado ante la Sociedad de la Información. La administración abierta: las tecnologías de la información y las comunicaciones en los procesos administrativos. Síntesis: hacia una sociedad de la información sostenible.

5.-Técnica de Dirección y Liderazgo

Esta asignatura da a conocer y profundiza en los estilos de liderazgo y dirección, su relación, diferencias, importancia y enfoques teóricos, así como las competencias y habilidades necesarias para su ejercicio.

1. Introducción a la importancia del liderazgo y la dirección empresarial. Introducción. El principal recurso humano: las personas. La personalidad: integración de las esferas cognitiva y afectiva. Esfera cognitiva. Esfera afectiva. La dirección y la psicología social. ¿Qué es liderazgo?. ¿Qué es un líder?. Características de los líderes. Clasificaciones de líderes. Funciones del líder. Definición, diferencias y funciones del líder y el directivo. La cultura empresarial, valores y los procesos de cambio. Importancia del liderazgo organizacional.

2. Enfoques teóricos en el estudio de la dirección y el liderazgo, su evolución. Introducción. Prehistoria del liderazgo. La revolución industrial. La escuela clásica de la organización científica- líder autoritario. Escuela de las relaciones humanas - líder democrático. Modelo burocrático-líder carismático. Líder factores sociales. La teoría behaviorista- teoría rasgos - líder

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

cualidades psicológicas. El desarrollo organizacional- líder grupal. Dirección participativa. Escuela sistémica de la administración-teorías de la contingencia. Líder orientado a la tarea y orientado hacia las relaciones. Teoría situacional del liderazgo de P. Hersey y K. Blanchard. Teoría de la contingencia. Teoría de la contingencia de Fiedler. Teoría trayectoria-meta. Teoría normativa de V. Vroom y P. Yetton. Teoría Z. Teoría Alpha. Dirección estratégica - cambio por valores - competencias. Liderazgo transformacional o carismático. Liderazgo trascendente. Liderazgo resonante. Ejercicios.

3. Estilos de Liderazgo. Introducción. Definiciones. Fuentes y bases de poder. La autoridad. Autoridad, mando y poder. Estilo de liderazgo. Tipos de estilos de liderazgo clásicos. Liderazgo autocrático. Liderazgo democrático. Liderazgo *laissez faire* (del francés dejar hacer) Otros tipos de liderazgo. Modelo R. Likert. Modelo de H. Leavitt. Modelo de P. Hersey y K. Blanchard. Modelo de V. Vroom. Liderazgo paternalista. Liderazgo pragmático. Liderazgo moralista. Liderazgo tecnocrático. Liderazgo coaching. Liderazgo afiliativo. Liderazgo coercitivo. Modelos de estilos de liderazgo contemporáneos. Principios esenciales de los líderes en la conducción de los hombres. Liderazgo eficaz. Ejercicios.
4. Competencias y habilidades del líder y el directivo. Introducción. Las competencias y las habilidades del líder y el directivo. Enfoques de las competencias. Tipos de competencias. Determinación de las principales competencias generales en el desarrollo de la actividad laboral. Análisis de los resultados de una investigación comparativa de directivos turísticos líderes con no líderes en cuanto al nivel de desempeño. Valoración de las características personales. Claves para el liderazgo contemporáneo. Técnicas para el estudio de las competencias personales. Técnicas abiertas. Inventarios de personalidad. Técnicas y herramientas para el trabajo del líder. Ejercicios.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

6.- Técnicas de Dirección de Equipos de Trabajos

Esta asignatura muestra los elementos teóricos y prácticos sobre los grupos y equipos de trabajo, sus características, técnicas y herramientas para su gestión eficaz.

1. Los equipos de trabajo. Exponer y argumentar las principales consideraciones teóricas que sustentan el trabajo en equipo. Aplicar creativamente a su equipo estas consideraciones en la práctica cotidiana. Transformar su equipo hasta que llegue a ser considerado eficiente y autodirigido. Interpretar y poner en práctica las reglas de trabajo en equipo, así como llegar al consenso.
2. Principales herramientas para perfeccionar equipos. Exponer y argumentar las reflexiones claves en que descansa el trabajo de las redes sociométricas. Aplicar creativamente a su equipo una metodología validada para las reuniones y sesiones de trabajo en equipo. Implantar en su radio de acción las herramientas estudiadas para lograr la eficiencia del trabajo en equipo. Interpretar y poner en práctica la dirección por objetivos y por resultados.
3. La toma de decisiones en equipo. Técnicas para el trabajo en equipo. Aplicar las técnicas estudiadas para garantizar la calidad de la toma de decisiones. Entrenarse de forma práctica en las diferentes técnicas que permiten generar más ideas y seleccionar las mejores para su implementación. Cultivar su creatividad y la de su equipo.

7.- Entornos Virtuales de Trabajo Colaborativo

Esta asignatura enseña el concepto y las tecnologías asociados al trabajo colaborativo desde la gestión de equipos organizacionales hasta la gestión de equipos a distancia mediatizados por entornos virtuales.

1. Conceptos para el trabajo compartido en entornos virtuales. Sociocultura del trabajo. Teorías socioculturales sobre el trabajo. Pensamiento crítico y resolución de problemas. Colaboración y cooperación para el trabajo compartido. Colaboración y cooperación. Dinámica de grupos. Trabajo compartido en colaboración y cooperación soportado por computador.Entornos virtuales para el trabajo compartido en colaboración y cooperación en entornos virtuales. Pensamiento crítico en el trabajo compartido en colaboración y cooperación en entornos virtuales. Ejercicios.
2. Tecnologías para el trabajo compartido en entornos virtuales. Tecnología groupware. Introducción a groupware. Modelos de compartición, colaboración y cooperación en groupware. Terminología groupware. Utilidades groupware. Utilidades groupware asincrónico. Utilidades groupware sincrónico. Cuestiones de diseño groupware. Proceso de diseño groupware. Aspectos del proceso de diseño groupware. Ejercicios
3. Soluciones para el trabajo compartido en entornos virtuales. Categorías de soluciones groupware. Sistemas de conferencia por computador. Sistemas de charla (chat). Sistemas de gestión de procesos de trabajo. Sistemas de reunión electrónica. Sistemas de aplicaciones compartidas. Sistemas de pizarras compartidas. Sistemas de co-autoría. Sistemas hipermedia multiusuario. Ambientes virtuales colaborativos. Sistemas de programación de grupos. Sistemas de audioconferencia. Sistemas de videoconferencia. Ejemplos de soluciones groupware. Agnes. Groupkit. Habanero. Hotcoom. Lotusnotes. Netmeeting. Opencoast. Skipe. Tango. Teamrooms. Ejercicios.
4. Herramientas integradas para el trabajo compartido en entornos virtuales. Estudio descriptivo de herramientas integradas para el trabajo compartido en entornos virtuales. Análisis comparativo de herramientas integradas para el trabajo compartido en entornos virtuales. Ejercicios.

8.- Gestión sin distancias

En esta asignatura se introduce en los conceptos y técnicas de e-Management y a comprender el significado, la naturaleza y el alcance de la función de gestión y dirección sin distancias en el ámbito proyectual y empresarial.

1. Contexto de la gestión y dirección sin distancias. Definición de gestión y dirección sin distancias. Nuevas tecnologías de información y comunicación: automatización de oficinas, redes de comunicación, servicios de telecomunicación, nuevas técnicas de transmisión, infraestructura para e-management.
2. Ámbitos de la gestión y dirección con distancias. Descripción de los ámbitos de gestión y dirección con distancias: cooperación, outsourcing, cosourcing, offshore, teletrabajo,

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

outplacement e inplacement. Análisis comparativo de los ámbitos de gestión y dirección con distancias.

3. Modalidades de gestión y dirección para salvar distancias. Modos de gestión y dirección para salvar distancias: presencial, semi-presencial, no-presencial, virtual. Análisis comparativo de los modos de gestión y dirección para salvar distancias.
4. Fases de madurez de implantación de estrategias de gestión y dirección sin distancias. Modelos de madurez de implantación de estrategias de externalización mediante el uso de tecnologías de información y comunicación. Modelo de capacidad de madurez: estructura, aplicación, mejoras en su aplicación. Evolución de la madurez en la implantación de estrategias de gestión y dirección sin distancias.
5. Áreas implicadas en la gestión y dirección sin distancias. Gestión y dirección de proyectos. Gestión y dirección de funcionalidades: de RRHH, de ingeniería, de operaciones, de comercial, de administración. Gestión y dirección general de empresas: del conocimiento, de integración empresarial, de consultoría y asesoría de empresas.
6. Sistemas telemáticos para gestión y dirección sin distancias. Sistemas telemáticos para gestión y dirección (STGD). STGD de proyectos. STGD de funcionalidades: de RRHH, de ingeniería, de operaciones, de comercial, de administración. STGD general de empresas: del conocimiento, de integración empresarial, de consultoría y asesoría de empresas.

9.- Comercio y Marketing Electrónico

Esta asignatura muestra y profundiza dos temas esenciales y muy vinculados entre sí: el comercio electrónico (presentado desde sus fundamentos conceptuales hasta los tecnológicos) y las nuevas formas de marketing (presentado desde sus fundamentos hasta el cambio que producen las TIC y dan lugar al marketing en ambiente informático). Se concluye con una metodología que propone una estrategia de marketing en un espacio de comercio electrónico.

1. Comercio Electrónico. E-commerce: aspectos conceptuales. Sociedad de la Información e internet: nuevos paradigmas. Generalidades sobre Comercio electrónico. e-commerce: TICs para el comercio electrónico. Comunicaciones y Redes. Interfaces servidor y cliente. Tecnologías de pago electrónico. e-commerce: comercio electrónico en las organizaciones: en la administración (A2A, A2B, A2C), en la empresa (B2A, B2B, B2C), en el consumidor (C2A, C2B, C2C). e-commerce: aspectos de seguridad (criptografía, firmas y certificados digitales, protocolos de seguridad, arquitecturas).
2. Marketing. Marketing y organización, política, gestión y dirección comercial. Análisis comercial y adaptación a los cambios del mercado. Función comercial. Técnicas de Marketing, venta y negociación comercial. Comercio electrónico y marketing. Marketing internacional. Plan de acción comercial.
3. Metodología de implantación. Introducción. Necesidad de una metodología. Metodología de implantación.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

10.- Seguridad Electrónica y Legislación

Esta asignatura muestra la complejidad de la naturaleza de los riesgos aparejados a la utilización general y global de la tecnología de la información, tanto desde la perspectiva tecnológica como de las posibles responsabilidades legales derivadas del uso ilegal o abusivo de ellas.

1. Confianza, Seguridad y Sociedad de la Información. Confianza y seguridad de la información. Seguridad de Información y desarrollo económico. Seguridad, confianza y negocio electrónico.
2. Tecnología y organización de la seguridad de la información. Medida del riesgo y gestión de la seguridad (MAGERIT). Salvaguardas generales para la Información. Mecanismos de control de accesos e intrusiones. Mecanismo de cifrado y negocio electrónico. Firma digital. Infraestructura de clave pública.
3. La infraestructura para la construcción de confianza. Evaluación y certificación de seguridad de las TI. Reconocimiento internacional de evaluaciones y certificados de seguridad de tecnologías. Evaluación y certificación de la gestión de la seguridad en las organizaciones. Firma y comercio electrónico europeos.
4. Marco normativo y regulatorio de la seguridad y del comercio electrónico. Firma digital, Protección de datos personales y Delitos informáticos. Privacidad, seguridad y confidencialidad (los tópicos jurídicos del comercio electrónico). Leyes, recomendaciones y declaraciones en el contexto de la seguridad y del comercio electrónico. Leyes de firma electrónica en el marco de la UNCITRAL, de la Comunidad Europea, de España. Leyes de firma electrónica en Latinoamérica. Leyes de protección de datos personales en Europa. Leyes de protección de datos personales en Latinoamérica. La tipificación de delitos informáticos: sanciones penales a las vulneraciones en materia de seguridad de sistemas y confidencialidad de la información (delitos informáticos más extendidos, las distintas tipologías que existen así como las características de los mismos). El papel de las Administraciones Públicas. Epílogo: el extranjero empieza en la oficina.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

11.- Business Intelligence y Gestión Documental

Esta asignatura permite conocer el campo de la Inteligencia de Negocios en sus aspectos técnicos como de negocios, para luego terminar con una revisión del impacto en el manejo de la información y de contenidos documentales.

1. De los datos a la información. Introducción. Definición de *Business Intelligence*. La problemática actual del acceso a la información. La evolución de los sistemas de información. Necesidad de los sistemas de *Business Intelligence*. Condiciones para adoptar un sistema de *Business Intelligence*. Requerimientos básicos de un sistema de Business Intelligence. Costos y beneficios de implementar un sistema de Business Intelligence.
2. Almacenes de información: fundamentos del datawarehousing. Introducción. Definición de un datawarehouse. Características de los datos contenidos en un datawarehouse. Datamarts. El catálogo de un datawarehouse. Alineamiento de la tecnología con los objetivos de negocio. Criterios tecnológicos.

3. Datawarehouse (I): herramientas de verificación. Introducción. Sistemas de soporte a la decisión. Herramientas de consulta e informes. Herramientas de análisis multidimensional.
4. Datawarehouse (II): Técnicas para el descubrimiento de información. Descubrimiento de información y minería de datos. De los datos a las decisiones. Verificación de hipótesis frente a descubrimiento de información. El proceso genérico de minería de datos. Operaciones de minería de datos. Técnicas de minería de datos. Actores que intervienen en un proyecto *datamining*. Metodologías de desarrollo para los proyectos de *datamining*. Aplicaciones de minería de datos.
5. Acceso y recuperación de la información textual. La problemática del acceso de la información en internet. Mecanismos de búsqueda en internet. Posibles soluciones. ¿Qué atrae a las empresas hacia la minería de textos? Escenarios de trabajo y principales operaciones de minería de textos. Herramientas de análisis de textos. Motores de búsqueda avanzados. Recopilaciones de información en internet.

12.- Integración de los Sistemas de Gestión Empresarial

El objetivo de esta asignatura es dar una visión amplia y extensa del concepto y noción de integración empresarial mediante la información revisando la integración desde el aspecto organización y tecnológica, y los conceptos esenciales de la integración basada en TICs como ERP, SCM y CRM.

El Capítulo 1 “Visión organizacional de la integración: suministros, clientes y sistemas” introduce visión de logística empresarial para presentar una noción de la empresa integrada por sus operaciones, la información y la cadena de valor.

El Capítulo 2 “Visión Tecnológica de la integración: aspectos conceptuales de integración e-business” desarrolla y plantea la noción de una empresa integrada por la información desarrollando el concepto de e-business.

El Capítulo 3 “Sistemas de Planificación Empresarial (ERP)”, presenta el concepto de ERP y las implicancias que tiene como fundamento conceptual y técnico para desarrollar una integración empresarial.

Los capítulos que siguen, Capítulo 4 “Gestión de Recursos Humanos en la Era Digital”, Capítulo 5 “Gestión de Relaciones de Proveedores (SCM)” y Capítulo 6 “Gestión de Relaciones de los CLientes (CRM)” desarrollan los diferentes sistemas que posibilitan la integración de una empresa a nivel de sus componentes Capítulo 4), clientes (Capítulo 5) y Proveedores (Capítulo 6).

13.- Innovación, Cultura y Gestión del Trabajo en la Sociedad de la Comunicación

Esta asignatura revisa el cambio que ha sufrido la sociedad en los aspectos culturales especialmente en lo relativo al trabajo.

1. Innovación: fuente del cambio. Introducción. Schumpeter y la economía de la innovación. Innovación: aspectos conceptuales. Innovación en contexto.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

2. Cultura del trabajo o la revolución de la tecnología de la información en el espacio social. Introducción. Las bases del cambio. El cambio en la cultura del trabajo.
3. La evolución del trabajo hacia el teletrabajo. Introducción. El trabajo en el entorno de la información. Teletrabajo (tipología, impacto en las organizaciones).

14.- Gestión del Conocimiento y Aprendizaje Organizacional

Esta asignatura presenta las metodologías, herramientas y técnicas asociadas a la gestión del conocimiento y expone de qué manera se puede conseguir una estrategia sostenible de aprendizaje organizacional a partir de los modelos de madurez de gestión del conocimiento.

1. Conocimiento: naturaleza y valor organizacional. Introducción. La organización y el conocimiento. Conocimiento: naturaleza. Espirales de conocimiento. Conocimiento: medición (capital intelectual y Modelo Intelect).
2. Gestión del Conocimiento. Introducción. Las Tecnologías de la Información. Misiones de la Gestión del Conocimiento. Objetivos de la Gestión del Conocimiento. Conclusiones.
3. Herramientas para la Gestión del Conocimiento. Introducción. Principales funciones de las herramientas bajo la visión centrada en el conocimiento (almacén, distribución, modificación). Clasificación de las herramientas en función del proceso de gestión del conocimiento (gestión de documentos, workflow, portales corporativos y redes de conocimiento, e-learning, trabajo colaborativo, business intelligence).
4. Gestión del Conocimiento y madurez del aprendizaje. Introducción. Del dato al aprendizaje organizacional (conocimiento, conocimiento y organizaciones, modelos de medición organizacional, gestión del conocimiento en organizaciones). Modelos de madurez.
5. Hacia nuevos paradigmas en docencia e investigación: e-learning. Introducción. Hacia un nuevo modelo de enseñanza y aprendizaje. Conceptos básicos sobre la sociedad del conocimiento.

15.- Dirección y Gestión de Proyectos *e-Business*

Esta asignatura presenta buenas prácticas de gestión de proyectos tecnológicos para negocios electrónicos desde un paradigma que une la visión de negocios con la visión tecnológica, y tomando como base, por un lado, el PMBOK como fuente de buenas prácticas de gestión y, por otro lado, la ingeniería de software, como fuente de buenas prácticas vinculadas a proyectos TIC.

1. Teoría del proyecto *e-business*. Introducción. Proyectos: una visión teórica. Teoría de Proyectos. Teoría del proyecto *e-business*.
2. Gestión de Proyectos. Introducción. Noción de Gestión de Proyectos. La gestión de proyectos según el PMBOK. Modelos de Madurez de Gestión de proyectos.
3. Ingeniería de Software y Gestión de Proyectos. Introducción. Análisis de proyectos por tipo de dimensión. El problema del desarrollo informático (problemas, causas, formas de evitar).
4. Metodología de Implantación *e-business*. Introducción. Definir la estrategia. Definir la aplicación *e-business*. Desarrollo y despliegue. Uso y evolución. Ejemplo. Soluciones *e-business*.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

4.3.4. Estudio y Resolución de Caso

4.3.4.1. Características

El caso busca la aplicación y dominio por parte del alumno de conceptos aprendidos en la maestría. No posee un formato predefinido pues se espera el alumno tenga libertad al momento de escoger tema y contenido.

4.3.4.2. Objetivo

El objeto es demostrar que el alumno posee la capacidad de asumir un trabajo (o varios) de nivel de postgrado en un campo, tema, dominio o espacio de conocimiento. El caso puede ser la base de la tesis de grado a realizar posteriormente y su contenido será definido de común acuerdo entre el tutor y el alumno.

4.3.5. Tesis Final de Máster

4.3.5.1. Características

La Tesis debe ser una aportación al campo de la Dirección Estratégica en TI con una fuerte componente aplicada y respetando la doctrina de la teoría de la administración, la ciencia de la gestión, la economía y las TI, disciplinas vinculadas al campo de los negocios y las nuevas tecnologías. Su contenido se ajustará a las normativas que para estos efectos estén definidas.

La gestación de la Tesis Final de Máster podrá comenzar paralelamente al estudio de las asignaturas del Programa, según la conveniencia y disponibilidad del alumno. No obstante, se aconseja dedicar el último trimestre del Máster para su confección y redacción definitiva. El trabajo estará supervisado por un profesor-tutor, cuya asignación irá en función de la temática elegida.

4.3.5.2. Objetivo

Presentar un documento completo que muestre el desarrollo total del proyecto propuesto, contemplando la posibilidad de su ejecución concreta, de acuerdo a los lineamientos y detalles del Proyecto Final de Máster presentado. La tesis debe ser una aportación al campo de la Dirección Estratégica en TI con una fuerte componente aplicada y respetando la doctrina y teoría de la Teoría de la Administración, la Ciencia de la Gestión, la Economía y las TI disciplinas vinculadas al campo de los negocios y las nuevas tecnologías.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

5. Especialización/Extensión en Tecnologías de la Información e-Commerce

5.1. Conceptos centrales: Comercio y Nuevas Tecnologías

Por e-commerce pueden entenderse muchas cosas, sin embargo, en términos pragmáticos, se tiene lo siguiente:

- La conducción de transacciones financieras por medios electrónicos.
- Hacer compras en tiendas online en la web, también conocidas como sitios web de e-commerce.
- Utilizar el poder de Internet para ayudar a ganar dinero más efectiva y eficientemente, aumentando ventas y generando nuevos canales de comercialización, producción, entre otros...

En cualquier caso, el comercio electrónico o e-commerce está hoy en día presente en todo el entorno empresarial, desde la simple instalación informática hasta estrategias comerciales globales basadas en Tecnologías de la Información e-Commerce.

Una buena solución en comercio electrónico es una tarea muy compleja que requiere una considerable investigación y planificación, así como el conocimiento de diferentes sistemas de seguridad y normativa para su puesta en marcha.

Bajo esta perspectiva, el programa de Tecnologías de la Información e-Commerce, aporta los fundamentos y el conocimiento necesario para diseñar una estrategia de comercio electrónico, desde la concepción estratégica de una organización inserta en la sociedad del conocimiento hasta su despliegue organizacional bajo la dirección de la función de Sistemas y TIC, haciendo especial énfasis en el marketing, y la infraestructura y legislación asociada.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

5.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar

5.2.1. Objetivo general

- Conocer el potencial que tiene el comercio electrónico a la hora de cambiar la forma de hacer los negocios, a través de un sistema de servicios que soporta el proceso de ventas, marketing ventas, pagos, pedidos y respaldo postventa.

5.2.2. Objetivos particulares

- Conocer el contexto empresarial en la sociedad actual para situar el alcance del comercio electrónico.

- Proporcionar soluciones en comercio electrónico a complejas tareas que requieren una considerable investigación y planificación, así como el conocimiento de los diferentes sistemas de seguridad y normativa, para su puesta en marcha.
- Manejar el tema de pago electrónicos y mercadeo en Internet en su dimensión organizacional y técnica.
- Conocer la infraestructura y legislación asociada al comercio electrónico.

5.2.3. Destinatarios

La metodología de formación propuesta, sumada a la claridad, amplitud y didáctica del diseno de los contenidos, permite dirigir el programa de Tecnologías de la Información e-Commerce a profesionales de diferentes área, con o sin experiencia en el sector, que deseen ampliar y consolidar sus conocimientos para aplicarlos en el entorno laboral o que deseen orientar su carrera profesional hacia la gestión de las nuevas tecnologías y estrategias asociadas al comercio electrónico.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

5.2.4. Requisitos para aprobar

Aprobar todas las actividades evaluadas y exigidas.

Las actividades evaluadas incluyen:

- Resolución de exámenes virtuales.
- Estudio y desarrollo de caso.
- Desarrollo de un proyecto de negocios.

5.3. Programa de estudios

5.3.1. Estructura

El programa de Tecnologías de la Información e-Commerce se compone:

- 1a Parte: Asignaturas (30 créditos).
- 2a Parte: Estudio y Resolución de Caso (10 créditos).
- 3a Parte: Trabajo Final de Especialización (10 créditos)[1].

1. Únicamente para los alumnos de Especialización.

1a Parte: Asignaturas (30 créditos)

Cada asignatura permite conocer y comprender el concepto de e-commerce, desde sus fundamentos teóricos, conceptuales e históricos, hasta su Implementación organizacional, social y tecnológica.

El objetivo es conseguir una visión global que permita apoyar al desempeño empresarial con soluciones de comercio electrónico.

Las asignaturas y créditos correspondientes que componen el modulo se muestran en la siguiente tabla:

	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
1	Sociedad de la Información y el Cambio	4
2	Dirección y Planificación Estratégica	4
3	Reingeniería, Estrategia y Dirección de Sistemas y TIC	4
4	Comercio y Marketing Electrónico	6
5	Seguridad Electrónica y Legislación	6
6	Business Intelligence y Gestión Documental	6
	TOTAL	**30**

Estas asignaturas, a pesar de ser independientes entre si, son autocontenidas y están estructuradas según un orden pedagógico coherente. Cada una se divide en unidades temáticas básicas o capítulo, cuyo contenido incluye material impreso que debe estudiarse para responder satisfactoriamente las diversas actividades de evaluación.

2a Parte: Estudio y Resolución de Caso (10 créditos)

El objetivo es resolver un caso de enfoque eminentemente práctico propuesto por el propio alumno o el tutor.

3a Parte: Trabajo Final de Especialización (10 créditos)

Los alumnos que se hayan matriculado en la Especialización deberán realizar un Trabajo Final.

5.3.2. Contenido

El programa de Tecnologías de la Información e-commerce se compone de 6 asignaturas. Los alumnos que quieran optar a una Especialización deberán realizar además un Trabajo Final.

Cada asignatura permite conocer y comprender los fundamentos de la estrategia empresarial, y las tecnologías necesarias y sus aplicaciones asociadas.

El objetivo es conseguir una visión global de los negocios cuando hay TI de por medio y se consideran un recurso estratégico.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

5.3.3. Duración, estructura de créditos y titulación

La duración estimada del Programa de Tecnologías de la Información e-Commerce, depende del perfil académico del alumno y de los requisitos de la Universidad correspondiente:

PERFIL ACADÉMICO DEL ALUMNO	TÍTULO OTORGADO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN E-COMMERCE	DURACIÓN EN HORAS	CRÉDITOS[a]
Personas sin titulación académica previa	Extensión Universitaria, Diplomado	400	40
Licenciados	Especialización, Postítulo o Experto	500	50

a. 1 crédito=10 horas.

Respecto a la distribución del tiempo se establece que:

- Al ser un Programa a distancia y no estar sujeto a clases presenciales, no se establece una fecha concreta de inicio, por lo que el alumno puede formalizar la matrícula en cualquier momento, siempre que haya plazas disponibles.
- Por motivos académicos y de aprendizaje se dispone de una duración mínima del Programa de tres meses, contabilizados desde la fecha de entrega de los dos primeros volúmenes hasta la fecha de recepción del último ejercicio de evaluación.
- El tiempo máximo del que se dispone para realizar el Programa es de un año. En este período de tiempo, el alumno debe haber entregado todas las evaluaciones correspondientes a las asignaturas y el Estudio y Resolución de Caso, y en el caso de la Especialización, Postítulo o Experto, el Trabajo Final.
- La estructura de créditos del Programa de Tecnologías de la Información e-Commerce para el título de Extensión Universitaria y Diplomado se recoge en la siguiente tabla:

	CRÉDITOS	DURACIÓN EN MESES	HORAS
Asignaturas	30	6	300
Estudio y Resolución de Caso	10	3	100

En el caso de la Especialización, Postítulo o Experto, la estructura de créditos queda como sigue:

	CRÉDITOS	DURACIÓN EN MESES	HORAS
1ª Parte: Asignaturas	30	6	300
2ª Parte: Estudio y Resolución de Caso	10	3	100
2ª Parte: Trabajo Final	10	3	100
TOTAL	**50**	**12**	**500**

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

Tal y como se ha visto, el Programa de Tecnologías de la Información e-Commerce cuenta con distintas titulaciones en cada uno de los países donde se imparte, de tal forma que cada una de ellas posee unas características y requisitos académicos particulares:

- Los Títulos serán expedidos por la Universidad donde se haya matriculado el alumno con el Patrocinio de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER).
- En el Título se especificará la naturaleza del Programa (Diplomado, Especialización, Experto, Postítulo o Extensión Universitaria) en función de la nomenclatura vigente en cada país.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

6. Especialización/Extensión en Tecnologías de la Información e-Business

6.1. Conceptos centrales: Nuevos Negocios y Negocios Electrónicos

Internet no es una opción, es un hecho empresarial. Hoy en día, las empresas han incursionado en novedosos escenarios de actuación, trayendo consigo la aparición de nuevos actores de trabajo que sugieren el empleo de las nuevas tecnologías. Esta realidad nos obliga a incorporar elementos modernos para generar o reconstruir procesos acordes con las necesidades de las empresas; ello implica hablar de innovadores modelos de comercialización, además del uso de las nuevas tecnologías e Internet aplicados a los procesos de negocio, englobando cualquier proceso tradicional "e-Business".

Por e-Business pueden interpretarse muchas cosas, sin embargo, en términos pragmáticos puede entenderse lo siguiente:

- La integración en el entorno empresarial de sus sistemas internos, previamente integrados, que permiten a las empresas dar respuesta a demandas crecientemente personalizadas que le llegan mediante sus sistemas de información externos.
- Hacer negocios en Internet, no sólo comprando y vendiendo, sino también brindando servicios a los clientes y colaborando con socios comerciales. Por ejemplo, ser capaz de vender libros, saber cuántos libros ha vendido, y a quien, y, además, contestar a preguntas tales como: ¿qué libros van a comprar en un futuro?

En este contexto, el programa de e-Business tiene como finalidad formar profesionales capacitados para desarrollar una estrategia e-Business o de negocio electrónico desde el posicionamiento estratégico de la empresa, en la sociedad de la información desplegada en un proyecto estratégico que abarca la función de marketing, el desarrollo tecnológico, aspectos jurídicos, cambio e innovación organizacional, gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional, entre otros aspectos.

6.2. Objetivos, destinatarios y requisitos para aprobar

6.2.1. Objetivo general

- Adquirir los conocimientos necesarios para que las empresas u organizaciones incorporen el uso de las nuevas tecnologías e Internet a sus procesos de negocio, englobando cualquier proceso tradicional susceptible de ser desarrollado con indudables mejoras de eficiencia y coste a través de Internet.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

6.2.2. Objetivos particulares

- Mostrar la influencia e impacto especifico de las nuevas tecnologías en las empresas.
- Disponer de los conocimientos necesarios para poder interpretar fenómeno y hechos en el ámbito de la actividad empresarial.
- Analizar el por que y como la Sociedad de la Información, las Nuevas Tecnologías de la Información y la consecuencia medio ambiental, están influyendo en el nuevo modelo de actividades de la empresa.
- Aprender a observar una empresa, detectar sus procesos esenciales y generar una estrategia E-Business.

6.2.3. Destinatarios

La metodología de formación propuesta, sumada a la claridad, amplitud y didáctica del diseno de los contenidos, permite dirigir el programa de e-Business a profesionales de diferentes áreas, con o sin experiencia en el sector, que deseen ampliar y consolidar sus conocimientos para aplicarlos en el entorno laboral o que deseen orientar su carrera profesional hacia la gestión de las nuevas tecnologías en el espacio de los negocios electrónicos

6.2.4. Requisitos para aprobar

Aprobar todas las actividades evaluadas y exigidas.

Las actividades evaluadas incluyen:

- Resolución de exámenes virtuales.
- Estudio y desarrollo de caso.
- Desarrollo de un proyecto de negocios.

6.3. Programa de estudios

6.3.1. Estructura

La Especialización de Tecnologías de la Información e-Business se compone:

- 1ª Parte: Asignaturas (41 créditos).
- 2ª Parte: Estudio y Resolución de Caso (10 créditos).
- 2ª Parte: Trabajo Final de Especialización (10 créditos)[1]

1. Únicamente para los alumnos de la Especialización.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

1a Parte: Asignaturas (41 créditos)

El modulo permite conocer y comprender el concepto de e-Commerce, desde sus fundamentos teóricos, conceptuales e históricos, hasta su Implementación organizacional, social y económica.

El objetivo es conseguir una visión global que permita apoyar al desempeño empresarial con estrategias y soluciones e-Business.

Las asignaturas y créditos correspondientes se muestran en la siguiente tabla:

	ASIGNATURAS	CRÉDITOS
1	Dirección y Planificación Estratégica	4
2	Reingeniería, Estrategia y Dirección de Sistemas y TIC	4
3	Comercio y Marketing Electrónico	6
4	Seguridad Electrónica y Legislación	6
5	Business Intelligence y Gestión Documental	6
6	Integración de los Sistemas de Gestión Empresarial	5
7	Sociedad de la Información y del Cambio	4
8	Dirección y Gestión de Proyectos e-Business	6
	TOTAL	**41**

Estas asignaturas, a pesar de ser independientes entre sí, están estructuradas segun un orden pedagógico coherente. Cada una se divide en unidades temáticas básicas o capítulos, cuyo contenido incluye material impreso que debe estudiarse para responder satisfactoriamente las actividades de evaluación.

2a Parte: Estudio y Resolución de Caso (10 créditos)

El objetivo es resolver un caso de enfoqué eminentemente práctico propuesto por el propio alumno o el tutor.

2a Parte: Trabajo Final de Especialización (10 créditos)

Los alumnos que se hayan matriculado en la Especialización deberán realizar un Trabajo Final.

6.3.2. Contenido

El programa se compone de 8 asignaturas y Estudio y Resolución de Caso. Los alumnos que quieran optar a la Especialización deberán realizar además un Trabajo Final.

Cada asignatura permite conocer y comprender los fundamentos y herramientas necesarias para generar nuevos negocios electrónicos.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

6.3.3. Duración, estructura de créditos y titulación

La duración estimada del Programa de Tecnologías de la Información e-Business, depende del perfil académico del alumno y de los requisitos de la Universidad correspondiente:

PERFIL ACADÉMICO DEL ALUMNO	TÍTULO OTORGADO TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN E-BUSINESS	DURACIÓN EN HORAS	CRÉDITOS[a]
Personas sin titulación académica previa	Extensión Universitaria o Diplomado	510	51
Licenciados	Especialización, Postítulo o Experto	610	61

a. 1 crédito=10 horas.

Respecto a la distribución del tiempo se establece que:

- Al ser un Programa a distancia y no estar sujeto a clases presenciales, no se establece una fecha concreta de inicio, por lo que el alumno puede formalizar la matrícula en cualquier momento, siempre que haya plazas disponibles.
- Por motivos académicos y de aprendizaje se dispone de una duración mínima del Programa de tres meses, contabilizados desde la fecha de entrega de los dos primeros volúmenes hasta la fecha de recepción del último ejercicio de evaluación.
- El tiempo máximo del que se dispone para realizar el Programa es de un año. En este período de tiempo, el alumno debe haber entregado todas las evaluaciones correspondientes a las asignaturas y el Estudio y Resolución de Caso, en el caso de la Especialización, Postítulo o Experto, el Trabajo Final de Especialización.
- La estructura de créditos del Programa de e-Business para el título de Especialización o Extensión Universitaria se recoge en la siguiente tabla:
- La estructura de créditos del Programa de Tecnologías de la Información e-Commerce para el título de Extensión Universitaria y Diplomado se recoge en la siguiente tabla:

	CRÉDITOS	DURACIÓN EN MESES	HORAS
Asignaturas	41	6	410
Estudio y Resolución de Caso	10	3	100

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

En el caso de la Especialización, Postítulo o Experto, la estructura de créditos queda como sigue:

	CRÉDITOS	DURACIÓN EN MESES	HORAS
1ª Parte: Asignaturas	41	6	410
2ª Parte: Estudio y Resolución de Caso	10	3	100
2ª Parte: Trabajo Final	10	3	100
TOTAL	**61**	**12**	**610**

Tal y como se ha visto, el Programa de e-Business cuenta con distintas titulaciones en cada uno de los países donde se imparte, de tal forma que cada una de ellas posee unas características y requisitos académicos particulares:

- Los Títulos serán expedidos por la Universidad donde se haya matriculado el alumno con el Patrocinio de la Fundación Universitaria Iberoamericana (FUNIBER).
- En el Título se especificará la naturaleza del Programa (Diplomado, Especialización, Experto, Postítulo o Extensión Universitaria) en función de la nomenclatura vigente en cada país.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7. Formación global

Los programas de estudios cumplen varias cualidades que los sitúan como programas de estudio de clase mundial. Esto se ha conseguido con un modelo educativo compuesto hoy en día de muchas innovaciones educativas y pedagógicas surgidas de los cientos de académicos vinculados a la red de universidades de la Fundación Universitaria Iberoamericana - FUNIBER, y de la observación del cambio mundial que están sufriendo los programas de estudios en el nuevo milenio de la Sociedad de la Información y de las Comunicaciones.

7.1. Elementos formativos para una educación en la sociedad de la información y de las comunicaciones

El poder superar los retos que surgen de la exposición del punto previo, requiere de elementos que respondan a la vez a metodologías aplicables. Dos de los elementos contemplados y respetados a lo largo de la totalidad de todos los programas formativos son:

- Aprender haciendo, y
- Uso de las NTIC

En el área e-commerce y e-business estos elementos se encuentran estrechamente vinculados.

- Primero, la "filosofía" de trabajo y estudio basada en el aprender-haciendo, busca incorporar conceptos nuevos y aplicarlos de manera inmediata en un contexto real, o bien, resolviendo problemas correctamente planteados.
- Segundo, el trabajo cooperativo en el sentido de comprender que el complejo proceso decisional de las organizaciones pasa hoy en día por redes de negociación mediatizadas por las relaciones sociales como por medios tecnológicos.
- Tercero, el uso de las NTIC se expresa en dos dimensiones, una como parte intrínseca del proceso formativo y otra como herramienta profesional de ayuda al momento de participar en procesos de innovación y gestión del conocimiento.

Como se puede advertir, se contempla ejercitar permanentemente y de forma articulada entre sí, desde el inicio y hasta la finalización de cada programa de estudio, la resolución de problemáticas reales utilizando ejercicios y actividades que unen los sólidos fundamentos teóricos del campo de proyectos con experiencias. Esta forma de proceder, permitirá que el alumno interiorice y asimile el uso de las NTIC por cuanto trabajará en actividades cuya resolución implica el *conocimiento y aplicación de prácticas de trabajo relacionadas con el comercio electrónico y de los negocios electrónicos* lo cual permite que no solamente reciba la formación avanzada correspondiente a las NTIC en estos campos, sino que este tipo de formación les ayudará a entender mejor cómo *desempeñarse a futuro en organizaciones dominados por las NTIC y por internet.*

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7.1.1. El aprender haciendo

Muchos conceptos son estudiados por casos y experiencias de los profesores, por lo cual el estudiante debe asimilar gran cantidad de conocimiento teórico que se pretende sea aplicado, ya sea, en un caso de estudio "pasado" o comentado dentro de una experiencia "pasada", por ello es necesario realizar actividades formativas que fuercen al estudiante a realizar experiencias propias y actuales donde "vea" los conceptos en acción. Esto hace que el aprendizaje centrado en casos y experiencias sea una forma integral de docencia que supera otros modelos tradicionales y conocidos.

7.1.2. Trabajo cooperativo

El trabajo individual no existe y además el conocimiento organizacional que una persona posee es difícil de recuperar. Hoy en día las organizaciones reconocen este fenómeno y se promueve el trabajo organizacional colectivo que demanda procesos de interacción intensos. Por este motivo se realizan ejercicios voluntarios y/u obligatorios en grupo para observar el comportamiento en tiempo real de decisiones organizacionales en entornos de intereses personales y colectivos, sin dejar de lado que la experiencia colectiva en sí misma es una experiencia rica en aprendizaje organizacional que incrementa el valor del aprendizaje al construir redes y equipos de personas que luego en su entorno laboral tienen una mejor motivación y desempeño.

7.1.3. El uso de las NTIC y nuevas tecnologías

La innovación y la gestión del conocimiento hoy en día no pueden concebirse sin las TIC y las nuevas tecnologías. Por este motivo el estudiante trabajará en un Campus Virtual donde se hará el seguimiento del curso, pero que en sí mismo es una forma de gestión organizacional que ayudará a comprender y observar la compleja interacción mediatizada por medios electrónicos siendo un aprendizaje moderno cuya experiencia aporta un alto valor añadido único y distintivo.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7.2. Modelo educativo integral

El modelo usado en los programas de estudio permite que las personas formadas en los programas académicos tengan una experiencia de aprendizaje caracterizada de manera breve y resumida por los siguientes elementos:

- Material de estudio impreso que se recibe en el domicilio en tomos de gran calidad y cuyo contenido está preparado por especialistas en educación no presencial, lo cual permite garantizar que puede estudiar sin depender 100% de la tecnología.
- Campus Virtual donde se comparten experiencias con estudiantes de los otros países, además de tener acceso al fondo documental electrónico de FUNIBER, donde se encuentran cientos de tesis realizadas en las universidades de la red y documentos digitales de gran valor generados y actualizados al día conforme surgen en cada país, universidad o empresa, lo cual se complementa con espacios de discusión especializados por temas mediante foros y chats, lo cual en su conjunto es un complemento ideal a los contenidos obligatorios de estudio.

- Charlas y seminarios presenciales dictados por nuestros profesores visitantes con el fin de que el estudiante conozca a profesores y se refuercen las redes de contactos y aprendizaje.
- Apoyo continuo con un Consultor Académico específico y personal para su ayuda y seguimiento, además de la red de tutores global (nuestro llamado Mapa del Conocimiento Global) los cuales se hayan especializados en diferentes tématicas, haciendo así el estudio más fructífero y enriqueciendo el aprendizaje con experiencias y expertos internacionales.
- Exámenes adaptados a necesidades y requisitos formativos, pudiendo ser virtuales, presenciales, a distancia o incluso telefónico, lo cual garantiza que el conocimiento es asimilado e interiorizado según los objetivos pedagógicos de cada materia y garantizando cumplir las exigencias de cada país y universidad de la red.

7.3. Metodología de estudio y aprendizaje usando el Campus Virtual

Debido al actual ritmo de vida, en el cual cada vez es más difícil el disponer de tiempo, no solo para estudiar, sino para asumir compromisos de horarios y traslados, pensando además que los destinatarios del presente Máster son profesionales de diferentes áreas que desean compartir experiencias, y sumado a esto la amplia experiencia que tiene FUNIBER en el diseño, implementación y administración de enseñanza a través de campus virtual (ver **Figura 1**), es que se propone esta metodología de enseñanza, a distancia, que además permita poder satisfacer las necesidades de profesionales que encuentren como inconveniente, la distancia geográfica al momento de especializarse.



Figura 1. Imagen del Campus Virtual. Ingreso al aula virtual.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7.3.1. Conocimiento persistente

7.3.1.1. Material online

La totalidad de los contenidos desarrollados, estarán en el campus virtual (ver **Figura 2**) con acceso libre por parte del alumno sin importar en que punto de avance del curso se encuentre, a la vez, el alumno contará con los mismos en formato papel y cuidadosamente encarpetados, para su rápida, cómoda y fácil lectura.

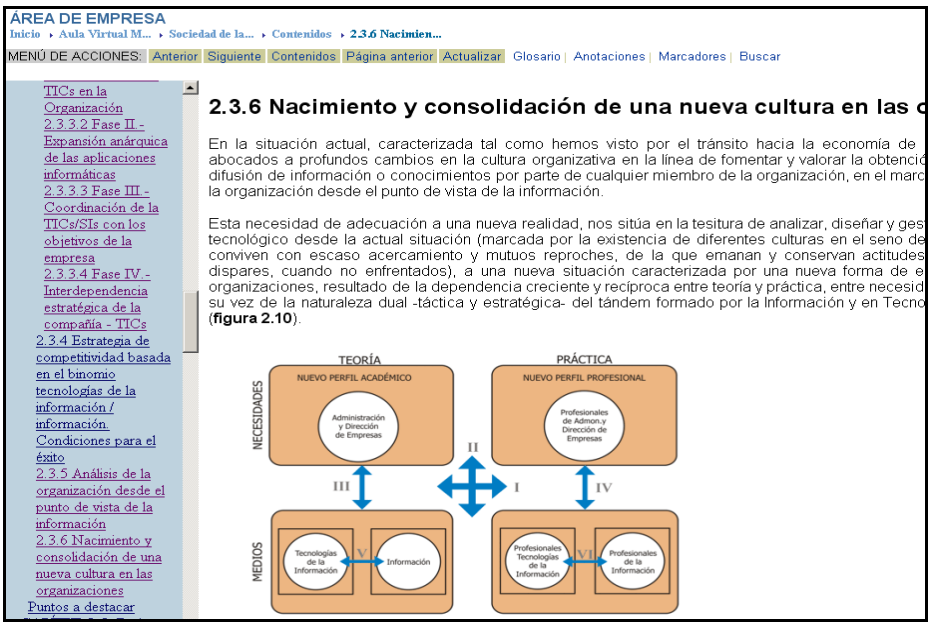


Figura 2. Imagen del Campus Virtual. Disponibilidad de contenidos.

7.3.1.2. Material impreso

El alumno contará con documentación en papel en material de alta calidad, editados pedagógicamente y en tomos (ver **Figura 3**), todo lo cual facilite el trabajo del estudiante. Este material permitirá que:

- Al principio de cada asignatura impresa se incluye un índice paginado. Para facilitar el estudio, al final de cada tema se recopilan los puntos más importantes en el apartado de Puntos a Destacar.
- Una vez realizada la lectura y comprensión de cada tema, se recomienda efectuar un pequeño resumen sobre los puntos que se consideren más importantes en las hojas habilitadas para tal fin. Estas hojas están situadas al final de cada tema y se identifican por el nombre de Resumen.
- Luego del resumen, el estudiante podrá realizar un test de autoevaluación, componente formativo considerado esencial para que así se refuercen y recuerden los temas esenciales estudiados.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

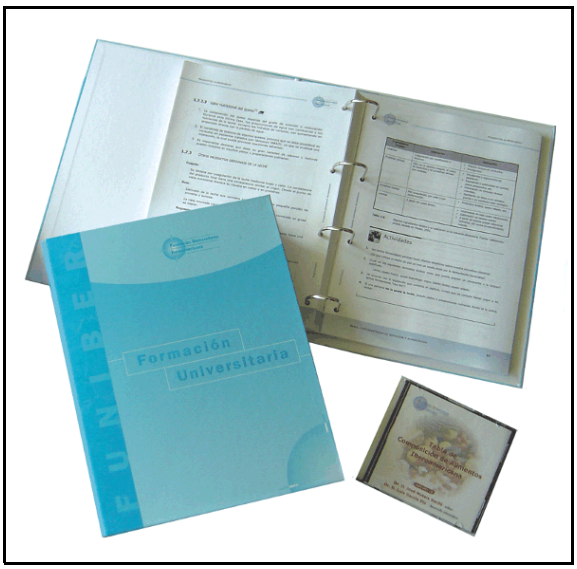


Figura 3. Documentación impresa.

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

7.3.1.3. Biblioteca online

Como complemento al material impreso, el Campus Virtual contará con una Biblioteca online de material actualizado y comentado. Esta biblioteca se compone de varios elementos:

- Documentos complementarios (ver **Figura 4**).
- *Frequently Asked Questions* (FAQs o preguntas frecuentes) que surgen de la interacción consultores y alumnos.
- Avisos y notas de prensa comentados y seleccionados que los consultores introducen en los foros de manera periódica.



Figura 4. Imagen del Campus Virtual. Biblioteca online.

7.3.2. Consultoría académica

7.3.2.1. Funciones del consultor académico

El alumno contará con el apoyo de un tutor, llamado *Grader* o *Consultor Académico*, en el Campus Virtual. Entre las funciones de este consultor, estará la supervisión y seguimiento del alumno, así como ser el punto de contacto en las tutorías para la resolución de dudas y consultas, sin dejar de ser además, un asesor en todas las dudas sobre los contenidos estudiados y la ejecución de tareas, proyectos y deberes a cumplir.

El alumno interactuará con su *Consultor Académico* mediante:

- Contacto presencial en reuniones concertadas en horarios preestablecidos;
- Contacto no-presencial mediante contacto telefónico, vía fax y/o correo postal;
- Virtual, correo interno del campus virtual (asincrónicos, ver **Figura 5**), mediante los foros (asincrónicos, ver **Figura 6**), o chats (sincrónicos).

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

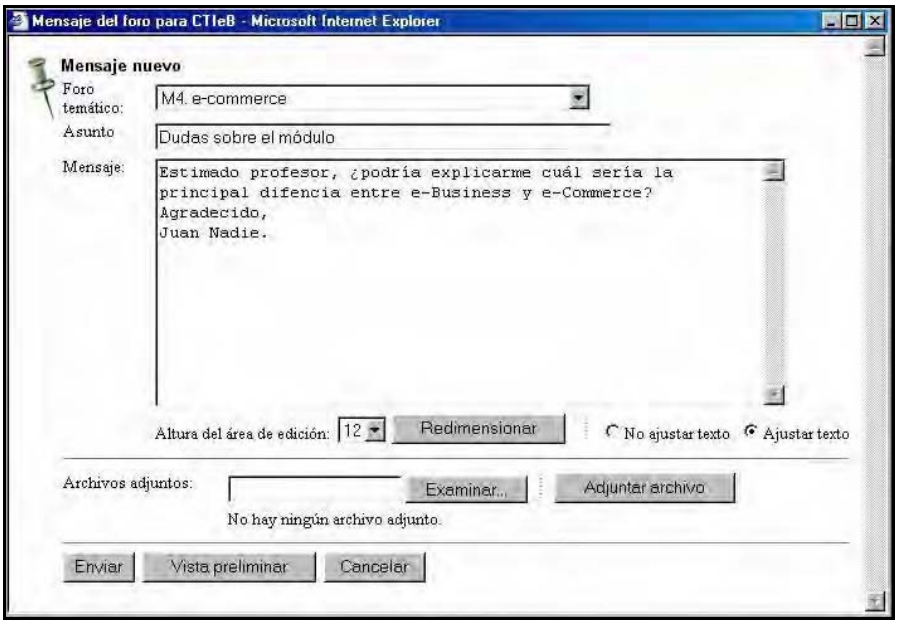


Figura 5. Imagen del Campus Virtual. Tutorías virtuales.

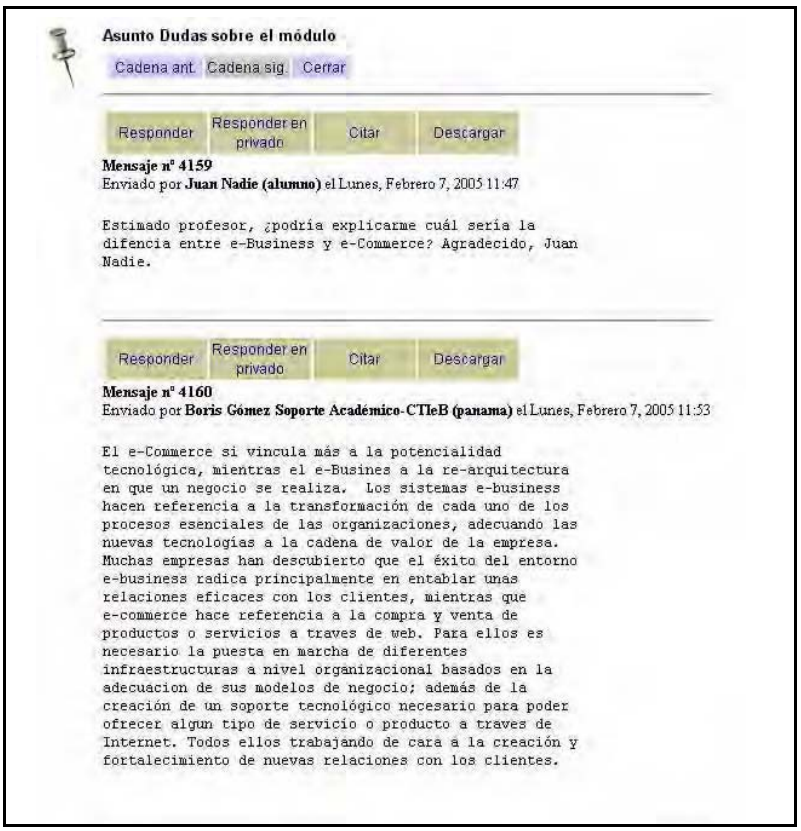


Figura 6. Imagen del Campus Virtual. Comunicación con el Consultor Académico.

7.3.2.2. Mapa de conocimiento

En el caso virtual, el alumno puede interactuar con otros Consultores Académicos, aprovechando el mapa de conocimiento existente entre consultores, lo cual permite que una consulta no limite su respuesta a un consultor, sino a otros lo cual aprovecha la sinergia de varias respuestas y el aprovechar el amplio y extenso conocimiento de otros consultores.

Cabe destacar que el Mapa de Conocimiento es un instrumento de gestión del conocimiento que permite conocer por parte del alumno, los campos de especialidad de cada Consultor Académico existente. Esto que podría verse como una debilidad, gracias al Campus Virtual, es una gran fortaleza del proceso formativo pues el estudiante puede formular preguntas concretas a su propio consultor o a alguno específico (no debemos olvidar que los consultores son profesionales en sus campos de especialización, y en algunos casos, poseen experiencia y especialización en campos concretos que interesa conocer).

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA

© FUNDACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA