



DATOS IDENTIFICATIVOS

Gestión de la Información

Asignatura	Gestión de la Información			
Código	V55M164V01104			
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA)			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	An
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Departamento de IESIDE (Vigo) Dpto. Externo			
Coordinador/a	Gómez Vieites, Álvaro Manuel			
Profesorado	Delgado Von Eitzen, Jaime Christian Gómez Vieites, Álvaro Manuel Súarez Rey, Carlos			
Correo-e	alvaro.gomez@ieside.edu			
Web	http://www.ieside.edu			
Descripción general	El objetivo de esta asignatura es acercar al estudiante a la Sociedad del Conocimiento, justificando la importancia adquirida por la información en la economía; es decir, que sea capaz de analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la estrategia y la gestión empresarial. Para ello deberá conocer las nuevas posibilidades ofrecidas por el BigData y Cloud Computing; analizar el impacto de Internet y los social media en la relación entre empresa y clientes; conocer los principales sistemas corporativos para la gestión de la información en la empresa (ERP, CRM, herramientas de Business Intelligence); y evaluar los nuevos modelos de negocio y los cambios en la estructura de las fuerzas competitivas (relación con proveedores, clientes, nuevos competidores).			

Competencias

Código	
A3	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
B2	Gestionar la información como elemento clave para la toma de decisiones, así como para la identificación y resolución de problemas empresariales, teniendo en cuenta la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y de negocios.
C4	Determinar los principales sistemas de gestión empresarial y las aplicaciones de las TIC y de los medios digitales en el ámbito empresarial.
D5	Competencia Digital: Usar la tecnología para acceder a la información, generar y compartir conocimiento, comunicarse, resolver problemas y participar en la sociedad digital de forma autónoma, segura, ética, reflexiva y crítica.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Evaluar el impacto de las TICs en la estrategia y la gestión empresarial, y las consecuencias económicas y sociales del cambio tecnológico.	A3 B2 C4 D5
Analizar y utilizar las herramientas tecnológicas que facilitan el desarrollo del comercio electrónico en las empresas.	C4 D5

Conocer las nuevas posibilidades ofrecidos por las tecnologías de BigData y Cloud Computing a las empresas.	C4 D5
Evaluar los nuevos modelos de negocio basados en los dispositivos móviles.	A3 B2 C4
Analizar el impacto de Internet y los social media en la relación entre empresa y clientes.	A3 B2 C4 D5
Conocer y analizar la importancia de la marca y de la presencia en Internet y los canales digitales.	C4
Estudiar diferentes herramientas desde el punto de vista profesional para conectar los clientes y promocionar la empresa.	A3 B2 C4 D5
Conocer los sistemas ERP y las aplicaciones de CRM.	C4 D5

Contenidos

Tema	
IMPACTO DE LAS TICS	Ganadores y perdedores de la transformación digital La APP economy y la revolución SoLoMo Cloud Computing y Big Data Comercio Electrónico y Marketing Digital Consejos para competir en la economía digital
REDES SOCIALES	Nuevo entorno y comunidades Marca, reputación online y monitorización Aplicaciones empresariales de las redes más populares: Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, WhatsApp Estrategias en medios sociales
SISTEMAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL	Los Sistemas y Tecnologías de la Información en la empresa Principales sistemas corporativos: ERP, CRM, Herramientas de Business Intelligence...

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	4	12	16
Resolución de problemas y/o ejercicios	4	20	24
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	10	10
Sesión magistral	14	0	14
Pruebas de respuesta corta	1	5	6
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	1	4	5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
--------------	-------------

Estudio de casos/análisis de situaciones	El profesor atenderá a las necesidades y consultas del estudiante relacionadas con el análisis de situaciones vinculadas con la materia, proporcionándole orientación, apoyo y motivación en el proceso de aprendizaje.
Resolución de problemas y/o ejercicios	El estudiante tendrá un seguimiento continuo y una atención personalizada, a través de la resolución de problemas y/o ejercicios y del control del trabajo realizado.

Evaluación

Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Estudio de casos/análisis de situaciones	40	A3 B2 C4 D5
Pruebas de respuesta corta	30	C4 D5
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	30	A3 B2 C4 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

La asistencia a las sesiones presenciales es obligatoria.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

GÓMEZ, A., **La innovación: factor clave del éxito empresarial**, Ra-Ma, 2010

GÓMEZ, A. y OTERO, C., **Redes sociales en la empresa. La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional**, Ra-Ma, 2011

GÓMEZ, A. y OTERO, C., **Redes de ordenadores e Internet. Funcionamiento, servicios ofrecidos y alternativas de conexión**, 2ª ed., Ra-Ma, 2011

GÓMEZ, A. y SUÁREZ, C., **Sistemas de Información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial**, 4ª ed., Ra-Ma, 2011

ROJAS, P. y REDONDO, M., **Cómo elaborar un plan de social media marketing**, Gestión 2000, 2013

Bibliografía Complementaria

COLLADO DURÁN, E., **Marca eres tú**, Rasche, 2015

GÓMEZ, A., **Las Claves de la Economía Digital**, Ra-Ma, 2002

LAUDON, K. y LAUDON, J., **Management Information Systems**, 14ª ed., Pearson, 2016

VELA, A., **Cómo buscar trabajo con redes sociales (y sin ellas)**, Formación Alcalá, 2015

VELA, A., **El libro de Twitter**, Formación Alcalá, 2016

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Dirección de Empresas/V55M164V01112

Gestión de Operaciones y Calidad/V55M164V01108

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Gestión Comercial y Marketing/V55M164V01106

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Entorno Económico/V55M164V01101

Herramientas para la Gestión/V55M164V01103

Otros comentarios

El estudiante debe revisar diariamente la cuenta de correo de IESIDE, dado que los avisos y comunicaciones se harán a esa cuenta.