

GRADO EN COMERCIO

| | | | |
|-------------------------|--|-------------------------|--------------------------------|
| Asignatura | Informática aplicada a la Gestión Comercial | Código | 801931 |
| Módulo | Formación Básica | Materia | Informática |
| Carácter | Básica | Créditos | 6 |
| Plan de estudios | 0831 - Grado en Comercio (2009-10) | Curso y Semestre | Segundo primer semestre |

| | |
|---------------------------------------|---|
| Departamento responsable | Organización de Empresas y Marketing |
| Coordinador/a de la asignatura | Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas |
| Curso académico | 2021/2022 |

SINOPSIS

| BREVE DESCRIPTOR |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Tener las bases de la herramienta informática en su vertiente más aplicable a la gestión comercial Fundamentos de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y los Sistemas de Información (SI): Hardware, Software y Bases de Datos; Telemática e Internet; Sistema de Información en la Empresa Comercial. <p>Aplicaciones de las TIC al Ámbito Comercial: Ofimática, Teletrabajo y Comercio Electrónico; Otras Aplicaciones Informáticas en la Gestión Comercial; Implicaciones Estratégicas de las TIC en el Comercio</p> |
| CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS |
| Ninguno |
| OBJETIVOS FORMATIVOS |
| Resultados de aprendizaje |
| <ul style="list-style-type: none"> Conocerán las distintas herramientas informáticas que existen y están a su disposición en el mercado para cada utilidad específica. Serán capaces de elegir la herramienta correcta para su utilización en una situación dada. Podrán manejar la mejor herramienta informática disponible en una situación |

concreta

Competencias

Generales

CG4 Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial, teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.

Específicas:

CE17 Aprender las distintas herramientas informáticas que se utilizan en la actualidad dentro de la actividad comercial, nuevas tecnologías como las bases de datos de clientes, técnicas CRM o simulación comercial con el fin de poder elegir y manejar en cualquier momento la mejor herramienta disponible en una situación concreta de forma responsable

CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

PARTE I. FUNDAMENTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC) Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN (SI)

Tema 1 Tecnologías Básicas

- 1.1 Hardware
- 1.2 Software
- 1.3 Bases de datos

Tema 2 Telemática y Redes de Comunicación

- 2.1 Redes de Telecomunicación en la Empresa y sus Elementos
- 2.2 Tipología y Topología de Redes
- 2.3 Internet

Tema 3 Sistema de Información

- 3.1 Concepto y evolución del SI
- 3.2 Funciones de los SI
- 3.3 Metodología de Implantación de un SI
- 3.4 Seguridad en los SI

Tema 4 Tipología de Sistemas de Información en la Empresa Comercial

- 4.1 Sistemas de Procesamiento de Transacciones (TPS) y Sistemas de Información para la Dirección (MIS)
- 4.2 Sistemas de Soporte para la Decisión (DSS) y Sistemas de Información para Ejecutivos (EIS)
- 4.3 Inteligencia Artificial (AI) y Sistemas Expertos (ES)

PARTE II APLICACIONES DE LAS TIC AL ÁMBITO COMERCIAL

Tema 5 Aplicaciones Ofimáticas en la Gestión Comercial

- 5.1 Hojas de Cálculo

- 5.2 Bases de Datos
- 5.3 Planificación de Proyectos Comerciales

Tema 6 Aplicaciones Informáticas en la Gestión Comercial

- 6.1 Intercambio Electrónico de Datos (EDI)
- 6.2 Planificación de Recursos Empresariales (ERP) y Planificación extendida de Recursos (XRP)
- 6.3 Gestión de las Relaciones con los Clientes (CRM) y Gestión de la Cadena de Suministro (SCM)
- 6.4 Bases de Datos inteligentes (Datawarehouse y Datamining)

Tema 7 Otras Aplicaciones en el Área Comercial

- 7.1 Comercio Electrónico
- 7.2 Teletrabajo
- 7.3 Herramientas para la Gestión del Conocimiento

Tema 8 Implicaciones Estratégicas de las TICs en el Ámbito Comercial

- 8.1 Impacto en el atractivo de la Industria
- 8.2 Las TICs en la Gestión Comercial como Fuente de Ventaja Competitiva
- 8.3 Creando Valor a través de los Sistemas de Información Interempresariales (SIEs)

| ACTIVIDADES DOCENTES | HORAS | PRESENCIALIDAD |
|--|-------|----------------|
| Asistencia y participación activa en clase | 45 | 100% |
| Trabajo guiado | 27.5 | 55 % |
| Trabajo autónomo del/la alumno/a | 40 | 0% |
| Trabajo grupal del/la alumno/a | 25 | 0% |
| Otras actividades | 12.5 | 0% |

| EVALUACIÓN | |
|--|--------------------------------|
| Sistema de evaluación | Participación en la Nota Final |
| Pruebas orales y/o escritas | 50% |
| Presentación en clase y Trabajos en equipo y/o individuales e informes Resolución de problemas y ejercicios | 40% |
| Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre | 10% |
| | |
| | |

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Materiales del profesor

- **GUTIÉRREZ GONZÁLEZ, A.** (2016): "Tecnologías de la Información: Un enfoque . interdisciplinario" Marcombo S.A. Barcelona.
- **OZ, E. y SOUSA, K.** (2017): "Administración de los Sistemas de Información". Cengage Learning Inc. Boston.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- **ARJONILLA, S.J. Y MEDINA, J.A.** (2013): "La Gestión de los Sistemas de Información en la Empresa". Pirámide. Madrid.
- **BEYNON-DAVIES, P** (2014): "Sistemas de Información". REVERTE. Barcelona.
- **LAUDON, KC Y TRAVER, CG** (2014): "E-Commerce 2013. Negocios, Tecnología y Sociedad". Pearson Educación. México.
- **MCEWEN, A** (2014); "Internet de las Cosas la Tecnología revolucionaria que todo lo conecta". Anaya Multimedia. Madrid.
- **MOSCO, V.** (2016): "La nube: Big Data en un mundo turbulento" . Biblioteca Buridán. Madrid.
- **MUÑIZ SUÁREZ, L** (2014): "Reporting con Tablas Dinámicas en Excel". Editorial Profit. Barcelona.
- **PÉREZ MARQUÉS, M.** (2015): "Big Data: técnicas, herramientas y aplicaciones". RC Libros. Madrid.
- **PLASENCIA LOPEZ, Z** (2013); "Introducción a la Informática". Anaya Multimedia. Madrid.
- **RUBIO SÁNCHEZ, J.L.** (2016): "Aplicaciones empresariales". Centro de Estudios Financieros. Madrid.
- **SOLANA, A. y ROCA, G.** (2015): "Big Data para directivos: guía rápida y ejemplos prácticos". Urano. Barcelona.
- **VV.AA.** (2013): "Seguridad Informática: conocer el ataque para una mejor defensa" (Ethical Hacking). ENI. Barcelona.

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19

Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022

Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: <https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19>

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

Castellano

OTRA INFORMACIÓN