

MÓDULO	Contenido	Modalidad de las sesiones
<p>I. El Entorno del Business Intelligence Prof: Carlos Romero</p>	<p><u>Objetivo</u> Que los participantes obtengan conocimientos sobre la nueva concepción que encierra el Business Intelligence y la importancia que reviste su uso por los ejecutivos y colaboradores de las empresas modernas, así como el alcance de los proyectos de Inteligencia de Negocios.</p> <p><u>Contenido conceptual</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Definición 1.2 Historia y antecedentes. <ul style="list-style-type: none"> 1.2.1 Orígenes 1.2.2 Proceso evolutivo 1.2.3 El Business Intelligence de hoy 1.3 Conceptualización del Business Intelligence <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1 Introducción 1.3.2 Teoría y conceptos 1.3.3 Propósito de BI 1.3.4 Tipos de productos 1.4 Importancia y beneficios del Business Intelligence <ul style="list-style-type: none"> 1.4.1 La toma de decisiones 1.4.2 El desempeño de la empresa 1.4.3 Eficiencia operativa 1.4.4 Acercamiento al mercado 1.4.5 Resolución de problemas 1.4.6 Resume de beneficios de BI 1.5 Función estratégica del BI en la empresa <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1 Introducción 1.5.2 BI estratégico 1.5.3 BI operacional 1.6 Funciones y responsabilidades en un proyecto de BI <ul style="list-style-type: none"> 1.6.1 Gobernanza de BI 1.6.2 Estructura organizacional 1.6.3 Definición de funciones y responsabilidades de cada miembro 1.7 Las redes sociales y BI <ul style="list-style-type: none"> 1.7.1 Introducción 1.7.2 La redes sociales 1.7.3 Aplicaciones y mediciones 1.7.4 BI – aplicaciones 1.8 Conclusiones - El futuro de BI 	<p>Todas las sesiones serán en salón de clases.</p>
<p>II. Minería de Datos y Datawarehouse Prof: José Miguel Rodríguez Parrilla</p>	<p><u>Objetivo</u> Conocer la diferencia entre las Bases de Datos y los Datawarehouses como soporte del modelo multidimensional para el análisis de la información de la Minería de Datos, así como adquirir las habilidades iniciales en el diseño de un modelo multidimensional y el uso práctico de herramientas de Minería de Datos.</p> <p><u>Contenido conceptual</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Conceptos generales 2. Cómo se definen los requerimientos y los procesos de negocio para modelar un Datawarehouse con base en la estrategia de la organización 3. Integración de datos 4. Diseño dimensional del proceso de negocio 5. La Minería de Datos 	<p>Salón de clases (una sesión) con Proyector digital</p>

	6. Presentación de soluciones OLAP por parte de proveedores.	
	<u>Trabajo Práctico</u> 5. Selección de la información y su análisis mediante el empleo de herramientas de Minería de Datos para la toma de decisiones inteligentes 6. Presentación de soluciones OLAP de proveedores	Laboratorio de cómputo (cuatro sesiones) Trabajo práctico de análisis de información con las herramientas de Analysis Services
III. Implantación de Soluciones Business Intelligence Prof. Dr. Daniel Trejo Medina	<u>Objetivo</u> Los participantes al concluir este módulo conocerán el proceso de desarrollo e implementación de proyectos de Inteligencia de Negocios, la elaboración de los requerimientos para el mismo y la elaboración del proyecto de Business Intelligence. <u>Contenido conceptual:</u> 1. Lanzamiento de proyectos de BI a) Promoción interna del proyecto b) Motivación, objetos y caso de negocio c) Identificación de stakeholders 2. Metodología ágil para BI a) Reporte ejecutivo b) Análisis y planificación c) Ingeniería de requisitos en soluciones BI - Ejecución de proyectos - Mejora continua	Salón de clases para cuatro sesiones
	<u>Trabajo Práctico</u> Ejecución de caso de uso de BI	Laboratorio de cómputo Una sesión
IV. Aplicación de Business Intelligence en la Gestión de Relaciones con el cliente (CRM) Prof: Everth Hernandez	<u>Objetivo</u> El participante al concluir este módulo conocerá el contenido, alcance y la nueva concepción de los sistemas de CRM a emplear en el Marketing de las empresas modernas, así como de los que están presentes en el mercado de las Tecnologías de la Información y se familiarizará con el funcionamiento de uno de esos sistemas. <u>Contenido conceptual</u> 1. - El CRM y su relación con el BI a) Componente operacional b) Componente de colaboración c) Componente analítico 2.- Metodología para definir, planificar e implementar un programa de CRM en la organización	Salón de clases (cuatro sesiones) con Proyector digital
	<u>Trabajo Práctico</u> 3. Sesión demostrativa de un aplicativo CRM basado en la nube (modelo de Software as a Service) y su relación con Inteligencia de Negocio.	Salón de clases (una sesión) con Proyector digital
V. Utilización de MicroStrategy Prof: Lorian Cordero Peregrina	<u>Objetivo</u> Al culminar este módulo los participantes adquirirán los conocimientos sobre las características técnicas, la estructura, los principios de funcionamiento de la suite de Business Intelligence, así como lograrán las habilidades iniciales mediante ejercicios prácticos de elaboración de reportes y dashboards en esta herramienta. <u>Contenido conceptual</u> 1. Introducción a la herramienta. 2. Construcción de Reportes. 3. Construcción de Dashboards. 4. Elementos de interfaz de usuarios.	Salón de clases. 1 sesión con proyector
	<u>Trabajo Práctico</u> 1. Modelado de datos: Dimensiones, Atributos y Hechos 2. Entendimiento de la BD 3. ¿Qué es MicroStrategy? 4. Conceptos básicos 5. Creación de atributos, métricas y jerarquías 6. Creación de reportes y dashboards	Laboratorio de cómputo. 4 sesiones. Caso práctico para el desarrollo de un miniproyecto en la herramienta MicroStrategy

	<p>7. Creación de dashboards 8. Creación de otros elementos derivados.</p>	
<p>VI. Business Intelligence Aplicado a la Gestión Estratégica Prof: Alfonso Láinez</p>	<p><u>Objetivo</u> Que los participantes sean capaces de aplicar herramientas para elevar la capacidad de análisis de información recabada y al alcance de la empresa, para mejorar el proceso de toma de decisiones.</p> <p><u>Contenido conceptual:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> i. El rol de la alta gerencia en la toma de decisiones <ol style="list-style-type: none"> a. La toma de decisiones como base de la gestión estratégica empresarial b. Modelos de toma de decisiones c. Los principios rectores para el manejo estratégico de los negocios de la empresa d. El proceso de Marketing Estratégico como proceso de supervivencia de la empresa a largo plazo ii. Aplicación del Balanced Scorecard con orientación estratégica <ol style="list-style-type: none"> a. Las perspectivas estratégicas del BS o Cuadro de Mando Integral b. Cambios en las perspectivas dependiendo de la orientación de la organización iii. Estrategia de Océano Azul <ol style="list-style-type: none"> a. Conceptos básicos b. Encontrando océanos azules a través de estrategias novedosas de segmentación/posicionamiento c. Concepto de "Monopolio Competitivo", según el ITC de Ginebra iv. Casos <ol style="list-style-type: none"> a. Hush Puppies b. Canon Industries c. Hílusal d. BAES e. Industrias St.Jack´s 	<p>Todas las sesiones serán en salón de clases.</p>