

SISTEMAS BASADOS EN LA NUBE Y TECNOLOGÍAS MÓVILES PARA LA EMPRESA

MÓDULO	MATERIA	ASIGNATURA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS	CARÁCTER
		Sistemas Basados en la Nube y Tecnologías Móviles para la Empresa			4	Optativo
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN COMPLETA DE CONTACTO PARA TUTORÍAS (Dirección postal, teléfono, correo electrónico, etc.)			
José Luis Garrido Bullejos (Universidad de Granada) Carlos Rodríguez Domínguez (Universidad de Granada)			José Luis Garrido Bullejos ETSI Informática y de Telecomunicación Pda. Daniel Saucedo Aranda s/n 18071 Granada Tlfn.: 958 24 41 53 jgarrido@ugr.es http://lsi.ugr.es/lsi/jgarrido			
			Carlos Rodríguez Domínguez Facultad de Educación, Economía y Tecnología Cortadura del Valle s/n 51001 Ceuta carlosrodriguez@ugr.es http://lsi.ugr.es/lsi/carlosrodriguez			
			HORARIO DE TUTORÍAS Recomendamos visitar las páginas web de los profesores para conocer información actualizada de los horarios de tutoría, así como posibles cambios.			
MÁSTER EN EL QUE SE IMPARTE			OTROS MÁSTERES A LOS QUE SE PODRÍA OFERTAR			
Máster en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing			Máster en Gestión y Tecnologías de Procesos de Negocio			



PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES (si procede)

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL MÁSTER)

- Arquitectura de Empresa.
- Arquitectura de Sistemas de Información.
- Características y modelos de la nube.
- Ecosistemas, plataformas y su integración.
- Propiedades de calidad (seguridad, escalabilidad, usabilidad, etc.).
- Experiencia de usuario.
- Diseño de servicios en la nube y aplicaciones móviles (sitios web, aplicaciones nativas e híbridas)
- Servicios y aplicaciones para la gestión empresarial en general (ERP, CMS, etc.).
- Servicios y aplicaciones para marketing móvil y en tiempo real.
- Nuevas tecnologías asociadas a sistemas móviles para marketing y publicidad (NFC, 3D, interacción, etc.).

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS DEL MÓDULO

CG3-Mejorar la capacidad de organización y planificación.
CG7-Fomentar el trabajo en equipo.

CE15- Utilizar tecnologías móviles para obtener datos relativos al consumidor, definiendo a partir de éstos la estrategia empresarial más adecuada.

CE16- Desarrollar estrategias empresariales relativas al marketing móvil en tiempo real.

CT3-Capacidad para la resolución de problemas dentro de su área de estudio aplicando sus conocimientos a su trabajo de una forma profesional. Capacidad para aplicar las TIC en el ámbito académico profesional.

CT4- Capacidad para adaptarse a la tecnología y a los futuros entornos actualizando las competencias profesionales.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

El alumno sabrá/comprenderá:

- Conceptos y características de sistemas basados en la nube y plataformas móviles de soporte a la actividad de la empresa en general y del marketing en particular.



- La relación entre las arquitecturas de empresa y de sistemas de información basados en la nube y tecnologías móviles.
- Fundamentos, abstracciones y principios para proporcionar soporte al procesamiento, almacenamiento y acceso a la información desde cualquier lugar y de forma transparente.
- La importancia de aspectos tales como reducción de costes, interoperabilidad, escalabilidad, etc., de tecnologías actuales para la llevar a cabo las actividades de la empresa en general y del marketing en particular.
- Alternativas tecnológicas y sus implicaciones para llevar a cabo un marketing móvil y en tiempo real en la empresa.
- Aspectos legales y acuerdos relacionados con la empresa y el uso de nuevas tecnologías de sistemas basados en la nube y tecnologías móviles de soporte a su actividad.

El alumno será capaz de:

- Alinear la arquitectura de empresa con la arquitectura de los sistemas de información de soporte a las actividades de la empresa.
- Analizar y decidir acerca de la adopción de los distintos modelos de servicios/sistemas basados en la nube y tecnologías móviles que mejor satisfagan los requisitos de la empresa.
- Seleccionar sistemas, servicios y aplicaciones de utilidad según los modelos de comportamiento de consumidor y marketing.
- Definir y aplicar estrategias basadas en el uso sistemas basados en la nube y tecnologías móviles que permitan satisfacer requisitos y propiedades de calidad, para cada sistema de información de empresa particular.
- Comprender el potencial y posibilidades operacionales de los sistemas basados en la nube y tecnologías móviles para el marketing.
- Entender la relevancia de la experiencia del usuario para un marketing móvil y en tiempo real.
- Aplicar buenas prácticas en el uso de servicios basados en la nube y aplicaciones móviles.

TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

Tema 1. Introducción.

1.1 Definiciones

1.2 Arquitectura de Empresa y Sistema de Información; alineación.

1.3 Características, modelos de servicio y despliegue de la nube; ecosistemas.

1.4 Plataformas y nubes móviles: propiedades.

Tema 2. Sistemas basados en la Nube y móviles aplicados a la gestión empresarial.

2.1. ERP (Enterprise Resource Planning).

2.2. CMS (Content Management System).



ugr

Universidad
de Granada

- 2.3. CRM (Customer Relationship Management).
- 2.4. Sistemas para la gestión de proyectos.
- 2.5. Sistemas de soporte a la colaboración.

Tema 3. Marketing Móvil y en Tiempo Real.

- 3.1 Nuevas tecnologías para la promoción y venta de productos.
- 3.2 Monitorización de la experiencia de usuario.

3.3 Monetización de software.

Tema 4. Ecosistemas software.

- 4.1 Integración de tecnologías móviles y servicios en la Nube.
- 4.2 Propuestas comerciales existentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Lankhorst, M., et al: Enterprise Architecture at Work, The Enterprise Engineering Series, Springer-Verlag, 2013, ISBN 978-3-642-29650-5
- Shroff, G.: Enterprise Cloud Computing - Technology, Architecture, Applications. Cambridge University Press, 2013, Online ISBN:9780511778476, <http://ebooks.cambridge.org/ebook.jsf?bid=CBO9780511778476>
- Joyanes, L.: Computación en la Nube – Estrategias de Cloud Computing en las Empresas. AlfaOmega, 2012, ISBN: 9786077074687
- Fernando, N. et al: Mobile cloud computing: A survey. Future Generation Computer Systems, Vol. 29, Elsevier, 2013, 84-106
- K. Ganesh, S. Mohapatra, S. P. Anbuudayasankar y P. Sivakumar: “Enterprise Resource Planning: Fundamentals of Design and Implementation (Management for Professionals)”, 2014. ISBN: 978-3319059266.
- S.C. Moatti: “Mobilized: An Insider's Guide to the Business and Future of Connected Technology”, 1ª edición, 2016. ISBN: 978-1626567405.
- P. Weinmeister: “Practical Salesforce.com Development Without Code: Customizing Salesforce on the Force.com Platform”, 1ª edición, 2014. ISBN: 978-1484200988.

ENLACES RECOMENDADOS

- <https://www.salesforce.com/>
- <https://www.google.es/adwords/>
- <http://www.google.com/analytics/>
- <http://aws.amazon.com/es/>
- <https://www.facebook.com/business/>

METODOLOGÍA DOCENTE

MD0-Lección magistral/expositiva
MD1-Sesiones de discusión y debate
MD2-Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
MD3-Prácticas de laboratorio



MD7-Realización de trabajos en grupo
MD8-Realización de trabajos individuales

EVALUACIÓN (INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN, CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PORCENTAJE SOBRE LA CALIFICACIÓN FINAL, ETC.)

E1-Pruebas, ejercicios y problemas, resueltos en clase o individualmente a lo largo del curso: entre 10% y 25% de la calificación final
E2-Valoración final de informes, trabajos, proyectos, etc. (individual o en grupo): entre 10% y 50% de la calificación final
E5-Memorias: entre 10% y 15% de la calificación final
E7-Aportaciones del alumno en sesiones de discusión y actitud del alumno en las diferentes actividades desarrolladas: entre 10% y 15% de la calificación final

INFORMACIÓN ADICIONAL



ugr

Universidad
de Granada