

Guía docente de la asignatura

## Sistema Basado en la Nube y Tecnologías Móviles para la Empresa

Fecha última actualización: 03/07/2021  
Fecha de aprobación por la Comisión Académica: 17/07/2021

**Máster**

Máster Universitario en Tecnologías para la Investigación de Mercados y Marketing

**MÓDULO**

Tecnologías y Herramientas para el Análisis del Mercado y Estrategias Comerciales

**RAMA**

Ciencias Sociales y Jurídicas

**CENTRO RESPONSABLE DEL TÍTULO**

Escuela Internacional de Posgrado

**Semestre**

Segundo

**Créditos**

4

**Tipo**

Optativa

**Tipo de enseñanza**

Presencial

### PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

No aplica.

### 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



### COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB8 - 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.
- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

### COMPETENCIAS GENERALES

- CG03 - Mejorar la capacidad de organización y planificación.
- CG07 - Fomentar el trabajo en equipo.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- 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.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT03 - Capacidad para la resolución de problemas dentro de su área de estudio aplicando sus conocimientos a su trabajo de una forma profesional. Capacidad para el uso de la aplicación de las TICs en el ámbito académico profesional.
- CT04 - Capacidad para adaptarse a la tecnología y a los futuros entornos actualizando las competencias profesionales.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

### 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.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

### TEÓRICO

1. Introducción.
  1. Definiciones
  2. Arquitectura de Empresa y Sistema de Información; alineación.
  3. Características, modelos de servicio y despliegue de la nube; ecosistemas.
  4. Plataformas y nubes móviles: propiedades.
2. Sistemas basados en la Nube y móviles aplicados a la gestión empresarial.
  1. ERP (Enterprise Resource Planning).
  2. CMS (Content Management System).
  3. CRM (Customer Relationship Management).
  4. Sistemas para la gestión de proyectos.
  5. Sistemas de soporte a la colaboración.
3. Marketing Móvil y en Tiempo Real.
  1. Nuevas tecnologías para la promoción y venta de productos.
  2. Monitorización de la experiencia de usuario.
  3. Monetización de software.
4. Ecosistemas software.
  1. Integración de tecnologías móviles y servicios en la Nube.
  2. Propuestas comerciales existentes.

### PRÁCTICO



## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

- 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.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

## 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

- MD01 Lección magistral/expositiva
- MD02 Sesiones de discusión y debate
- MD03 Resolución de problemas y estudio de casos prácticos
- MD05 Seminarios
- MD06 Ejercicios de simulación
- MD07 Análisis de fuentes y documentos
- MD08 Realización de trabajos en grupo
- MD09 Realización de trabajos individuales
- MD10 Seguimiento del TFM

## EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)



### EVALUACIÓN ORDINARIA

- **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

### EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

En este caso tendrá un peso del 100% de la calificación final la realización de un trabajo individual y presentación del mismo.

### EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

En este caso tendrá un peso del 100% de la calificación final la realización de un trabajo individual y presentación del mismo.

