



INFORMÁTICA APLICADA

Elaborado por	ING. MARÍA EUGENIA LOZADA		AUTORIZADO POR: VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de vigencia	JULIO, 2008		
Revisado por	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO	

FUNDAMENTACIÓN

El Programa persigue una mayor comprensión y una progresiva generación de habilidades relativas al manejo de aplicaciones informáticas como herramientas prácticas de la marcada importancia para el proceso de toma de decisiones, elemento determinante en cualquier campo del mercado laboral.

Se sugiere una exhaustiva revisión y práctica de los conceptos dominantes sobre los contenidos de informática, vistos en estudios anteriores y en especial de la destreza de aplicaciones bajo ambiente Windows, ya que son considerados como requisitos previos al inicio de esta asignatura. Es necesario efectuar prácticas constantes, basadas en casos puntuales que ayude al aprendiz a transferir e internalizar conceptos de índole administrativo-contable que guarden una estrecha vinculación con la solución de problemas en Administración.

La clave del éxito para un desempeño académico óptimo, reside en la preocupación por entender y manejar las herramientas, métodos y estrategias necesarias para llevar a cabo una enseñanza de calidad por medio de la cual el alumno logra objetivos basados en la adquisición de nuevos conocimientos con la finalidad de ponerlos en práctica en su carrera profesional.

El Programa de Informática Aplicada contiene las siguientes Unidades:

- I. Unidad: Sistemas de información en la empresa
- II. Unidad: Internet (Cómo vender en Internet)
- III. Unidad: Diseño de Página Web
- IV. Unidad: Software Administrativo (SAINT)

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Utilizar paquetes computacionales como herramientas para la toma de decisiones y para la adecuada aplicación en la administración.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LA EMPRESA		DAR RESPUESTA DE UNA MANERA COHERENTE A LOS OBJETIVOS DE LA GERENCIA Y EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES EN TODOS LOS NIVELES UTILIZANDO PARA ELLO LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
20 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer el funcionamiento de un Sistema de Información. 2. Determinar los elementos de un Sistema de Información 3. Presentar por escrito una lista de las decisiones que se pueden tomar al hacer uso de un Sistema de Información estudiando un caso en particular. 4. Conocer los problemas que existen en un sistema de comunicación. 5. Relacionar los elementos de la cadena valor y el Sistema de información. 6. Manejar el concepto de Base de datos como estructura de datos de la empresa.	• Funcionamiento de un Sistema de Información en la empresa • Elementos de un sistema de información empresarial. • El Sistema de Comunicación • Problemas del funcionamiento del Sistema de Comunicación. • Principales funciones del Sistema de información en la empresa. • Relación entre los elementos de la Cadena de Valor y el Sistema de Información. • Base de datos: Características, efectos, clases.	Presencial	Semipresencial
		• Exposición oral • Estudio de casos • Material de Apoyo: - Computador - Videobeam - Hojas membreadas que incluyen los casos para ser estudiados.	Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. •Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semipresencial	
• Exposición Oral • Resolución de problemas •		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
INTERNET ¿CÓMO VENDER EN INTERNET?		CONOCER POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL USO DE UNA NUEVA FORMA DE LA OFERTAR DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS .	
DURACION			
4 SEMANAS			
EVALUACION			
25 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Establecer el uso del correo electrónico como medio de comunicación entre los participantes del curso (Docente-alumnos). 2. Manejar los conceptos básicos del marketing en línea. 3. Conocer las ventajas y oportunidades que ofrece el comercio electrónico. 4. Enumerar las diferencias entre marketing en línea y marketing tradicional. 5. Ejemplificar una compra en línea. 6. Estudiar las áreas de aplicación del comercio electrónico. 7. Identificar las políticas de las empresas para "montar" un sitio Web dedicado a la venta de un producto o servicio.	• Conceptos básicos: Internet, Red, usuario, dominio, FTP, correo electrónico, e-commerce, FTP, Navegador, Buscador, sitios web. • Comercio electrónico. • Componentes del comercio electrónico. • Ventajas y oportunidades. • Aplicaciones del comercio electrónico. • Seguridad en el comercio electrónico. • Como hacer ofertas a la medida de la red. • Diferencias entre marketing en línea y marketing tradicional • Pasos para la elaboración de un plan de marketing en línea • Políticas empresariales para el contenido del sitio en la red.	Presenciales • Exposición Oral. • Explicaciones teórico practicas en el laboratorio. • Practicas en el laboratorio con el material de apoyo. • Asignaciones de trabajo. • Material de Apoyo: - Computador - Videobeam	Semipresencial Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presenciales		Semipresencial	
• Exposición Oral . • Observación directa del Docente • Realización de trabajos en el Laboratorio de computación (Casos prácticos)		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
DISEÑO DE PÁGINA WEB		CONSTRUIR UNA PÁGINA WEB COSIDERANDO TODOS SUS ELEMENTOS.	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
25%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Establecer el uso del correo electrónico como medio de comunicación entre los participantes del curso (Docente-alumnos). 2. Determinar el Editor de Página Web a utilizar. 3. Establecer los elementos que contendrá la pagina Web, con la finalidad de estandarizar el diseño. 4. Definir la forma como se organizaran los ficheros a utilizar (imágenes, textos, etc). 5. Identificar cada uno de los elementos y/o partes que componen el área de trabajo. 6. Exponer los trabajos realizados de forma automática. 7. Comprender cada una de las funciones realiza cada menú y submenú.	• Definición de Página Web • Elementos de una Página Web • Ventajas de una Página Web • Importancia de MS Front Page como herramienta de Diseño de Página Web. • Características • Elementos del área de trabajo. • Diferentes Barras de Herramientas • Opciones de la Barra Menú: Archivo, Edición, Ver, Insertar, Formato, Herramientas, Tabla, Marcos, Ventana, Ayuda.	Presenciales • Explicaciones teórico practicas en el laboratorio de computación (con acceso a Internet) • Practicas en el laboratorio con el material de apoyo. • Asignaciones de trabajo • Material de Apoyo: • Computador • Videobeam • Guías • Software: MS Front Page	Semipresencial Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semipresencial	
• Observación directa del Docente • Realización de trabajos en el Laboratorio de computación (con acceso a internet). •		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
SOFTWARE ADMINISTRATIVO		MANEJAR UN SOFTWARE ADMINISTRATIVO OPTIMIZANDO LAS TAREAS DIARIAS, Y APROVECHANDO EL TIEMPO PARA UN MAYOR RENDIMIENTO PROFESIONAL.	
DURACION			
5 SEMANAS			
EVALUACION			
30 %			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Elaborar un glosario de términos contables para agilizando el proceso de aprendizaje. 2. Identificar los elementos que componen la herramienta de trabajo. 3. Comprender cada una de las funciones que realiza cada opción de la Barra de Herramientas 4. Operar de forma dirigida el Software 5. Automatizar la función administrativa-contable en un tiempo mínimo mediante el uso del software contable. 6. Elaborar un registro de los procesos (Facturación, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, etc) , en función de los requerimientos de información de una organización específica.	• Concepto de Sistema de información administrativo • Componentes de un sistema de información administrativo. • Pasos a ejecutar por un sistema administrativo • Utilización de la Información administrativa-contable • Características • Ventajas del uso de un Software contable • Importancia de Saint Microlite como software administrativo-contable. • Opciones de la Barra de Herramientas.: Clientes, Proveedores, Inventario, Facturación, Cuentas pro cobrar, Cuentas por pagar, y Salir.	Presencial • Exposición Oral • Estudio de casos • Prácticas en el Laboratorio con el material de apoyo. • Material de Apoyo: - Computador Videobeam - Manual del usuario del software administrativo a utilizar - Aplicación Administrativa : SAINT MICROLITE • Hojas membretadas, que incluyen los casos para ser estudiados	Semipresencial Ejercicios de Desempeño. Ejemplos de aplicación. •Interacción en el aula virtual •Exposiciones modalidad video. Materiales didácticos multimedia
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semipresencial	
• Observación directa del docente • Casos prácticos •		• Técnica de prueba. • Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual	

BIBLIOGRAFÍA

Brito José. **Contabilidad Básica e Intermedia**. Centro de Contadores. Venezuela. 1999.

Cohen Daniel. **Sistemas de Información para la Toma de Decisiones**. 2da Edición. Editorial Mc Graw-Hill. México. 1994.

Diccionario de Términos Informáticos e Internet. Editorial Anaya Multimedia. España. 1997.

Janan Daniel. **Marketing en Internet: como Lograr que la Gente Visite, Compre y Regrese a su Sitio Web**. Editorial Prentice Hall. México. 2000.

García Fernando. **Publicar en Internet html para Principiantes**. Editorial Alfaomega. Santa Fe de Bogotá. 1998.

Gonzalez Carlos. **Diccionario de Contabilidad y Finanzas**. Editorial Cultural. España. 1999.

Lewis Gordón. **Como Vender en Internet: Guía de Mercadotecnia**. Editorial Trillas. México. 2000.

Reynolds George. **Principios de Sistemas de Información: Enfoque Administrativo**. 4ta Edición . Editorial International Thomson. México. 2000.

Referencias electrónicas:

<http://www.lawebdelprogramador.com>

<http://www.microsoft.com>

<http://www.monografias.com/computación/index.shtml>

<http://www.cam.educaiondigital.net>

<http://www.gestiopolis.com/>