



ADGG101PO Desarrollo TIC Para La Gestión De Información Corporativa

Sku: PA391

Horas: 50

OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES Unidad 1 • Analizar la importancia de las comunicaciones formales e informales en el ámbito empresarial, valorando las ventajas e inconvenientes de las mismas. • Conocer la importancia de la comunicación y los elementos que la componen. • Entender la comunicación como una herramienta básica de una organización. • Manejar adecuadamente los procesos de comunicación interpersonales dentro de la empresa. • Implementar sistemas de comunicación interna y externa en la empresa. • Aprender el funcionamiento de los flujos de comunicación en una organización. • Identificar las diferentes pautas relacionadas con la imagen corporativa. Unidad 2 • Conocer los conceptos clave que te permitirán entender el funcionamiento de los sistemas de planificación de recursos empresariales (sistemas ERP Enterprise Resource Planning). • Conseguir la agilidad conceptual que ayude en el manejo de estos sistemas ERP. Unidad 3 • Identificar tipos existentes de comunicación con clientes y proveedores. • Conocer las pautas para la atención telefónica en la empresa. • Diferenciar los tipos de comunicaciones escritas en la empresa. • Conocer las características de la escritura digital. • Valorar los efectos de las TIC en la Sociedad de la información. Unidad 4 • Comprender qué es la Web y qué es un sitio web. • Conocer la definición de analítica web y su contexto en las organizaciones. • Conocer las ventajas y desventajas del posicionamiento natural (o SEO). • Identificar las métricas existentes para monitorizar la actividad en redes sociales en función de sus objetivos. Unidad 5 • Conocer detalladamente qué es Business Analytics. • Diferenciar Business Intelligence de Business Analytics. Unidad 6 • Tener un conocimiento más claro de lo que se denomina Big Data. • Conocer sus principales componentes, librerías y ecosistemas. • Ser conscientes de las principales diferencias entre Apache Hadoop y Apache Spark

CONTENIDOS

1. Unidad didáctica 1: La información en la empresa 1.1. La importancia de la comunicación y la información en la empresa 1.1.1. La comunicación como proceso 1.1.1.1. Etapas de una comunicación efectiva 1.1.1.2. Elementos de la comunicación 1.1.1.3. Funciones 1.1.1.3.1. Generalidades 1.1.1.3.2. La función informativa 1.1.1.3.3. La función afectiva 1.1.1.3.4. La función regulativa 1.1.1.3.5. Otras funciones de la comunicación dentro

de un grupo o equipo 1.1.1.4. Elementos 1.1.1.5. Diferencia entre información y comunicación 1.1.1.6. Fases de la comunicación 1.1.1.7. Lenguajes utilizados para las comunicaciones 1.1.1.8. Clases de comunicación: auditivas, visuales y táctiles 1.1.1.9. Características del mensaje 1.1.1.10. Elaboración y requisitos del mensaje 1.1.2. Técnicas de comunicación efectiva 1.1.2.1. Efectos de la comunicación 1.1.2.2. Objetivos de la comunicación 1.1.2.3. Cómo conseguir una buena comunicación 1.1.2.4. Barreras y dificultades 1.1.2.4.1. Requisitos versus barreras 1.1.2.4.2. Origen de las barreras de la comunicación 1.1.2.4.3. Tipos de barreras de la comunicación 1.1.3. La comunicación y la empresa 1.1.3.1. Características de las organizaciones 1.1.3.2. Factores 1.1.3.3. Funciones de la comunicación interna 1.1.3.4. Principios de la comunicación 1.1.3.5. La comunicación en las organizaciones 1.1.3.6. Comunicación interna 1.1.3.6.1. Objetivos, agentes y tipos 1.1.3.6.2. Comunicación vertical y transversal 1.1.3.6.3. Comunicación formal 1.1.3.6.4. Comunicación informal 1.1.3.7. Comunicaciones externas 1.1.3.7.1. Importancia de la comunicación externa 1.1.3.7.2. Funciones 1.1.3.7.3. Objetivos 1.1.3.7.4. La estrategia del plan de comunicación externa 1.1.4. Medios empleados en las comunicaciones empresariales 1.1.4.1. Canales personales e impersonales 1.1.4.2. Canales y medios de comunicación interna 1.1.4.3. Canales de comunicación externa 1.1.4.3.1. La promoción 1.1.4.3.2. La publicidad 1.1.4.3.3. Las relaciones públicas e imagen de la empresa 1.1.5. Medios para comunicaciones urgentes 1.1.6. Los flujos de la comunicación 1.1.6.1. Tipos de flujo de la comunicación 1.1.6.2. Diagramas de flujo 1.1.6.2.1. Definición y características 1.1.6.2.2. Acciones previas y pasos a seguir 1.1.6.2.3. Ventajas 1.1.6.2.4. Tipos 1.1.7. Pautas de comunicación e imagen corporativa 1.1.7.1. Nociones básicas 1.1.7.2. Imagen corporativa vs identidad corporativa 1.1.7.3. Imagen corporativa 1.1.7.4. Diseño corporativo e identidad corporativa 1.1.7.5. La realidad 1.1.7.6. La identidad 1.1.7.7. La imagen 1.1.7.8. La comunicación 1.1.7.9. La imagen corporativa: objetividad y subjetividad 1.1.7.10. La imagen corporativa y la sociedad 1.1.7.11. La identidad visual corporativa 1.1.7.11.1. Definición y elementos 1.1.7.11.2. Soportes 1.1.7.11.3. El logotipo 1.1.7.11.4. Papelería corporativa 1.1.7.11.5. Folletos y catálogos 1.1.7.11.6. Páginas web

2. Unidad didáctica 2: Sistemas informáticos de planificación de recursos empresariales 2.1. ERP 2.1.1. Antecedentes 2.1.2. ¿Qué es un ERP? 2.1.3. Funcionalidades del ERP 2.1.4. ERP y otras herramientas complementarias 2.1.4.1. Introducción 2.1.4.2. SCM (Supply Chain Management) 2.1.4.3. CRM (Customer Relationship Management)

3. Unidad didáctica 3: Sistemas de intercambio de información 3.1. Comunicación con proveedores y clientes 3.1.1. Clases de la comunicación oral: inmediatas, individuales o colectivas 3.1.1.1. Comunicación espontánea y planificada 3.1.1.2. Comunicación interpersonal e individual 3.1.1.3. Comunicación colectiva 3.1.2. La comunicación telefónica 3.1.2.1. Actitud al teléfono 3.1.2.2. El teléfono en la actividad empresarial 3.1.2.3. Pautas para la atención telefónica en la empresa 3.1.2.3.1. La voz 3.1.2.3.2. El tono 3.1.2.3.3. El lenguaje 3.1.2.3.4. La elocución 3.1.2.3.5. La articulación 3.1.2.3.6. La escucha 3.1.2.3.7. El silencio 3.1.2.3.8. La sonrisa 3.1.2.4. Reglas para efectuar una llamada de teléfono 3.1.2.5. Pasos para contestar una llamada de teléfono 3.1.2.5.1. Llamadas entrantes 3.1.2.5.2. Reglas de atención en llamadas entrantes 3.1.2.6. Protocolos de tratamiento 3.1.2.6.1. Consideraciones para tener una actitud positiva 3.1.2.6.2. Técnicas de la comunicación telefónica 3.1.2.7. Tipos de llamadas telefónicas 3.1.2.7.1. Centros de llamadas 3.1.2.7.2. Tecnologías utilizadas 3.1.2.7.3. Llamadas entrantes (Inbound) 3.1.2.7.4. Llamadas salientes (Outbound) 3.1.2.7.5. Estructura 3.1.2.8. Sistemas de comunicación telefónica en la empresa 3.1.3. Comunicaciones escritas 3.1.3.1. Documentos escritos más habituales 3.1.3.2. La carta 3.1.3.3. La circular 3.1.3.4.

Memorándum 3.1.3.5. La solicitud 3.1.3.6. El informe 3.1.3.7. Las actas 3.1.3.8. El correo electrónico 3.1.3.9. Nota de prensa 3.1.4. El ordenador: la escritura digital 3.1.5. Efectos de las TIC en la Sociedad de la Información 3.1.5.1. Transformación del entorno 3.1.5.2. La Sociedad de la Información 3.1.5.3. Definición y evolución de las TIC 3.1.5.4. Aportaciones y dificultades de las TIC 3.1.5.5. Aportaciones y dificultades de las TIC

4. Analítica web 4.1. ¿Qué es la analítica web? 4.1.1. Internet: definición, usos y tecnologías web 4.1.2. ¿Cómo funciona la Web? 4.1.3. La Web y el análisis web 4.1.4. ¿Qué es y para qué sirve la analítica web? 4.1.4.1. Introducción 4.1.4.2. Definición 4.1.4.3. Planteamiento 4.1.4.4. Métricas fundamentales y otros parámetros 4.1.4.5. Medición de resultados cualitativos 4.1.4.6. Del ROI al ROR 4.1.4.7. Glosario de términos 4.2. Marcar objetivos y medirlos 4.3. Analítica web y posicionamiento SEO 4.3.1. Introducción 4.3.2. ¿Qué es SEO? 4.3.2.1. Cuestiones previas 4.3.2.2. ¿Por qué Google? 4.3.2.3. Objetivos de SEO 4.3.2.4. Breve historia sobre SEO 4.3.2.5. ¿Qué es SEM? 4.3.2.6. Errores comunes en SEO 4.3.2.7. Herramientas SEO 4.4. Medición en los medios sociales 4.4.1. Introducción 4.4.2. Métricas para monitorizar la actividad 4.4.3. Herramientas para Twitter 4.4.4. Herramientas para Facebook 4.4.5. Herramientas para Pinterest 4.4.6. Herramientas para Google + 4.4.7. Herramientas para Instagram

5. Unidad de aprendizaje 5: Business Intelligence 5.1. Business Intelligence 5.1.1. Antecedentes 5.1.2. ¿Qué es el Business Intelligence? 5.1.2.1. Necesidad del ejecutivo 5.1.2.2. Concepto 5.1.3. Componentes de un sistema de BI tradicional 5.1.4. Business Analytics 5.1.4.1. Definición 5.1.4.2. Herramientas 5.1.5. Grados de madurez tecnológica

6. Unidad de aprendizaje 6: Big Data 6.1. Big Data 6.1.1. Antecedentes 6.1.2. ¿Qué es esto de lo que todos hablan? 6.1.3. ¿Cómo complementa el Big Data al BI tradicional? 6.1.3.1. Introducción 6.1.3.2. Enfoque tradicional vs enfoque Big Data 6.1.4. Apache Hadoop y su ecosistema 6.1.4.1. Características 6.1.4.2. Componentes 6.1.4.3. Ecosistema Hadoop 6.1.5. Apache Spark y sus componentes 6.1.5.1. Introducción 6.1.5.2. Componentes 6.1.5.3. Spark y Map Reduce 6.1.5.4. Usos y utilidades 6.1.6. Big Data en números