

Ejemplos de posibles pregunta de examen

1. Qué diferencia existe entre un CMS, ECM y un DMS

RESPUESTA:

ECM([Gestor de contenido empresarial](#)) es el proceso en el cuál se almacena y organiza los contenidos y otros documentos relacionados con la empresa, DMS ([Sistema de gestión documental](#)) es un sistema informático (para buscar, indexar y almacenar documentos de manera eficiente), por ejemplo, Alfresco. CMS ([Sistema de gestión de contenido](#)) es un sistema informático que permite publicar, editar y modificar el contenido de un sitio web al igual que supondría el mantenimiento de la misma(Ej: Wordpress).

[Otra respuesta:](#)

Los tres están compuestos de un software pero su finalidad es distinta, un CMS gestiona el contenido generalmente de una página web, noticias, manuales marketing y demás, un ejemplo sería wordpress. ECM se centra más en la estrategia de la captura de documentos no en almacenarlos. Por último el DMS está más centrado en la gestión de documentos, versiones, tipos de archivos, no orientado a página web.

¿Cómo se relacionan estos conceptos?

ECM engloba a DMS y CMS.

Los tres conceptos trabajan con documentos pero con una finalidad distinta, no se pisarán el uno al otro sino que se complementan. Se pueden usar los 3 en conjunto tranquilamente.

Por último, me gustaría añadir que, en general, están intentando incluir la gestión social.

También añadí que se comentó, que DMS estaba evolucionando a ser también CMS y viceversa.

Curso 2012-2013

2. ¿Cuáles de las siguientes afirmaciones se cumplen en lo referente a la “información” hoy en día?
 - La información se duplica cada 2 año. (Verdadero)
 - La información crece exponencialmente. (Verdadero)
 - La información es innecesaria en algunas empresas (Falso)
 - La información es poder, y cada día más (Falso)
 - El uso de redes sociales es cada vez mayor y muy alto (Verdadero)
 - El trabajo del conocimiento es cada vez más frecuente en todas las empresas (Verdadero)
 - Las redes sociales han entrado 100% en el interior de las empresas (Verdadero)
3. ¿Qué diferencia existe entre dato, información y conocimiento?

La información implica que los datos estén procesados de tal manera que resulten útiles o significativos para el receptor de los mismos.

El conocimiento es una mezcla de experiencia, valores, información y “saber hacer” que sirve como marco para la incorporación de nuevas experiencias e información, y es útil para la acción. Ejemplo de conocimiento: Tener la información de cómo se instala Drupal, y con dicha información ser capaz de instalarlo.

(Alberto)

- Los datos son la materia prima de la información y esta es la materia prima del conocimiento. El conocimiento es ser capaz de hacer algo

4. ¿Se puede usar un ECM como sistema de gestión de conocimiento?
En caso afirmativo ¿Qué habría que hacer para convertir un ECM en un gestor de conocimiento (KM)?

Estás contestando a la primera con la segunda pregunta.

RESPUESTA:

Es posible usar un ECM como KM ya que puede almacenar y organizar toda la información relacionada con la empresa y puesto que un KM guiados de una metodología; consiste en obtener todo el conocimiento de la empresa se podría decir que un ECM puede actuar como un KM si además se le añade las funciones de social media tanto en el ámbito

Curso 2012-2013
interno de la empresa (Drupal Commons) como el externo (Buddypress).

Otra respuesta:

Un ECM aunque esta enfocado en estrategias no deja de lado el almacenamiento de contenido por lo que puede guardar los datos obtenidos con los metadatos correspondientes para mostrarlos luego como una red social, aunque siempre será mejor usar un KM.

Otra:

Se puede utilizar un ECM como KM siempre y cuando tengamos una metodología adicional para interpretar la información y actuar en base a ella.

Como dice Alberto González es necesario para poder transformar la información en conocimiento. Sólo quería añadir eso.

5. ¿Qué arquitectura suele vertebrar a los sistemas de gestión de información? Defina muy brevemente el cometido de cada uno de sus componentes

Las tres capas son independientes e intercambiables. Esto quiere decir que si eliminamos una, las otras deberían seguir funcionando correctamente.

RESPUESTA: Arquitectura de 3 capas: capa de interfaz de usuario, capa de lógica de negocio y capa de datos. Independientes e intercambiables

1) Capa de interfaz de usuario: Sería una capa de presentación. Es la que ve el usuario, le presenta el sistema y le comunica la información. Debe de ser amigable (entendible) por el usuario. Se comunica únicamente con la capa de lógica de negocio.

Curso 2012-2013

Añadir tal vez, que es directamente manipulable por el/los administrador/es del sistema. A esta parte se le denomina frontend. En diseño de software el front-end es la parte del software que interactúa con el o los usuarios.

OTRA FORMA DE EXPRESAR EL PÁRRAFO ANTERIOR: En los sistemas de información la interfaz de usuario se divide en

- front-end : La parte que interactúa con el usuario, “el lado del cliente” (lo que ve).
- back-end: El backend es la parte donde se gestiona y configura lo que ve el usuario final. Es decir, la parte de administración d.

2)Capa de lógica de negocio: Es donde residen los programas que se ejecutan, se reciben las peticiones del usuario y se envían las respuestas tras el proceso. Se comunica con la capa de presentación para recibir solicitudes y presentar resultados y con la capa de datos para almacenar o recuperar información de la base de datos.

Es donde se hallan todas las funcionalidades bases y plugins requeridos por el SGI y hace de intermediario entre la capa de interfaz de usuario y la de datos. ¿Sería válida esta opción?

Es básicamente donde se encuentra el código, el backend.

3)Capa de datos: Donde residen los datos. Capa encargada de acceder a los mismos. Formada por uno o más gestores de bases de datos que reciben solicitudes de almacenamiento o recuperación de información desde la capa de lógica de negocio.

6. ¿Cuál es el mecanismo de extensión más común en los sistemas de información?

RESPUESTA: Los plugins y módulos, que valen para añadir una funcionalidad extra a la base que nos ofrecen los CMS como Wordpress. Por ejemplo, un sistema gestor de eventos o un plugin/módulo para la integración

Curso 2012-2013

con diferentes redes sociales.

Felipe -

“Los SI tienen un sistema base y se pueden extender a través de plugins y módulos. Estos suelen estar desarrollados por terceros (empresas/desarrolladores).”

TEMA 2 ---

7. ¿Cuáles son las fases del ciclo de vida de un sistema de información?
¿cuáles son las actividades principales en cada fase?

RESPUESTA: Las fases serían: 1)Captura de requisitos 2) Análisis
3) Diseño 4)Implementación y 5) Mantenimiento.

1) Captura de requisitos: Capturar funcionalidad, Capturar la información y su estructura y capturar requisitos de IU(casos de uso y bocetos de diseño).

2) Análisis: Modelar la información, modelar la estructura de información, Modelar la interacción de los usuarios y bocetos del diseño de UI.

3) Diseño: Selección de plataforma, selección de plugins, Diseño de implementación a medida y selección de tema (aspecto visual).

4) Implementación: Instalación configuración, instalación de extensiones y configuración, aplicación de tema, modificación de tema: CSS.

5) Mantenimiento: Actualización (Seguridad ó peticiones de cliente)

Sin embargo, si elegimos un CMS, la fase de análisis “desaparecería” por así decirlo ya que el software ya está hecho.

La fase de diseño se mantendría solo que definiendo la solución como un conjunto de plugins configurados de determinada manera.

Curso 2012-2013

8. ¿Qué información proporciona la gráfica Burndown de Scrum? ¿Para qué cometido resulta muy útil?

Mide la cantidad de requisitos en el Backlog del proyecto pendientes al comienzo de cada Sprint. Permite ver el progreso del proyecto. Permite conocer el retraso del proyecto, es decir cuando se va a acabar si sigues con el mismo ritmo. El Burndown de Scrum es importante porque permite que el equipo de desarrollo pueda reaccionar desde el primer instante. Es decir, desde un primer instante puede saber si van con retraso o no y, en consecuencia, pueden definir más medidas de actuación para intentar solucionarlo. Por ejemplo, echar más horas el día X de la iteración.

Felipe -

"Permite estimar la fecha de finalización del proyecto".

9. ¿Qué diferencia existen entre una “historia de usuario” y una Tarea/bug?

RESPUESTA: Una historia de usuario es una representación de un requisito de software escrito en una o dos frases utilizando el lenguaje común del usuario. Estas definen lo que se debe construir en el proyecto de software, tienen una prioridad asociada definida por el cliente de manera de indicar cuales son las más importantes para el resultado final, serán divididas en tareas y su tiempo será estimado por los desarrolladores

Unos ejemplos serían la forma en la que un usuario añade entradas a un blog, añadir productos a la tienda o verlos por categorías. Se podría decir que son las funcionalidades que el usuario puede realizar con dicho sistema de información.

AÑADO: Las tareas/bugs son los errores que surgen en las iteraciones. Una historia de usuario tiene un conjunto de tarety as y una iteración es algo que le enseñas al cliente. Por ejemplo: vamos a hacer un sistema que suba archivos (historia de usuario). Eso lleva tareas: probar plugins, pruebas de sistema etc.

10. ¿Qué indica el Manifiesto Ágil sobre la documentación de un proyecto?

Software que funcione sobre documentación detallada. La regla a seguir es “no producir documentos a menos que sean necesarios de forma inmediata para tomar una decisión importante”. Estos documentos deben ser cortos y centrarse en lo fundamental.

11. Cuando nos basamos en un sistema de información de código abierto ¿en qué situaciones será necesario realizar un desarrollo a medida?

RESPUESTA: Cuando haya una gran cantidad de requisitos que dicho sistema de información no pueda cubrir y haya que adaptar a necesidades expresas del cliente.

Generalmente, cuando en los plugins y extensiones no se encuentre la funcionalidad expresa que nos pide el cliente.

Siempre es mejor evitar un desarrollo a medida y negociar algunas adaptaciones de sistemas existentes con el cliente, no pudiéndose evitar cuando:

1) Hay una funcionalidad inexistente, es decir, las plataformas no cubren para nada la funcionalidad que el cliente espera.

2) Hay una funcionalidad parcialmente cubierta. En este caso utilizaremos dicho plugin/plataforma y, será necesario, trabajar con código para añadir la funcionalidad que falte.

12. ¿qué tipo de ciclo de vida se aplica en SCRUM? Razone su respuesta

Curso 2012-2013

RESPUESTA: SCRUM usaría un ciclo de vida iterativo e incremental. Cada iteración sería un “Sprint” (periodo de corta duración) y es incremental porque va liberando el producto por partes, mediante esas iteraciones. Cada entrega es un incremento de la funcionalidad respecto a la anterior.

Ciclo de vida incremental. Ya que un SCRUM vas añadiendo nuevas funcionalidades a una versión parcial inicial.

13.Existen diferencias importantes entre el ciclo de vida de un sistema desarrollado a medida frente a un desarrollado sobre un sistema parametrizable. Enumere las características del ciclo de vida en lo referente a sistemas parametrizables:

RESPUESTA:

1) En la mayoría de los casos no es necesario desarrollar, basta con modificar(CSS, plugin, extensiones) los sistemas actuales existentes escogidos.

3)La actividad de requisitos, análisis y diseño suele ser liviana. El documento de requisitos sirve para que el cliente vea las cosas en texto y lo valide, el sistema aquí suplirá a dicho documento.

4) Añadir funcionalidad nueva implica buscar la extensión y configurar la. El desarrollo es improbable. La funcionalidad existente no la documentamos.

5) Costes menores y mayor rapidez

Si el cliente quiere cambiar algo, no nos cuesta nada cambiarlo y es inmediato. En un desarrollo a medida, eso es muy costoso y más probable.

6) Menor riesgo , ¿en la toma de decisiones acerca algo en concreto?

Curso 2012-2013

7) Menor adaptación al cliente, se nos cede algo de libertad a la hora de diseñar e implementar

8) El aspecto visual suele ser muy importante,

14. Enumere los distintos tipos de requisitos que se pueden capturar en un documento de requisitos. Describa muy brevemente la información que capture cada uno.

RESPUESTA: Requisitos de información, reglas de negocio, requisitos de interfaz, requisitos funcionales y no funcionales.

0)Objetivos: Requisitos principales del sistema expresados en alto nivel. De aquí se partirá para obtener subobjetivos a más bajo nivel para poder ser tratados y en conjunto alcanzar los objetivos requeridos.

Ej: El sistema deberá permitir interaccionar con redes sociales.

1)Requisitos de información: Describen qué información debe almacenar el sistema para poder cumplir los objetivos de nivel superior. Deben identificar el concepto relevante sobre el que se deben guardar información así como qué datos específicos relativos al concepto son importantes para cumplir los objetivos del sistema

Ej: El sistema deberá almacenar la información correspondiente a las noticias relevantes de la empresa.

2)Reglas de negocio: Definen restricciones, reglas o políticas del negocio que deben ser respetadas por el sistema a desarrollar

Ej: Las noticias estarán disponibles por un periodo no superior a 1 año

3)Requisitos de interfaz: Definen qué interfaz debe respetar el sistema cuando se comunique con otros sistemas y la interfaz de usuario

Ej: El sistema contará con una sección principal en la parte superior con noticias en formato gráfico (banners)

Curso 2012-2013

4)Requisitos funcionales: Definen los servicios que debe ofrecer el sistema a los usuarios para alcanzar los objetivos. Se documentan como párrafos de texto libre y en caso de ser una funcionalidad no disponible en el sistema se expresan mediante casos de uso (especialmente en el caso de sistemas de información interactivos)

Ej: El sistema deberá soportar la publicación de seminarios

5)Requisitos no funcionales: Condiciones que se le imponen al sistema a desarrollar relacionados con aspectos principalmente de calidad (usabilidad, seguridad, compatibilidad con hardware etc.).

Ej: El sistema deberá correr sobre apache y mysql versiones

15. ¿Cuál es el principal objetivo del documento de requisitos; y del documento de análisis?

RESPUESTA: El documento de requisitos debe de indicar QUÉ es lo que el sistema debe de hacer pero NO CÓMO va a hacerlo. Digamos que sería un formato entendible por el cliente. El documento de análisis tendría como objetivo qué desea el cliente en un contexto entendible para el Ingeniero; buscaríamos problemas en los requisitos.

El Documento de requisitos tiene como objetivo capturar los deseos del cliente, estilo, funcionalidad, todo lo referente al producto final deseado por el cliente, también guardará información del sistema actual si existiera. En el documento de requisitos no se pone la funcionalidad ya disponible en el SGI, como por ejemplo que hace falta un blog (si estamos usando Wordpress).

Mientras que el documento de análisis tiene como objetivo analizar el documentos de requisitos para encontrar incompatibilidades ó información obvia para pasarlo a un lenguaje entendible para el ingeniero para posterior implementación.

16. En un DMS ¿en qué consiste en versionado de documentos? ¿y la meta información?

RESPUESTA: El versionado de documentos mantiene copias de cada versión del documento, permitiéndonos contemplar los cambios que han sido efectuados en el mismo y quien ha hecho los cambios o caso de usos de negocios . También es posible volver a una versión anterior por algún fallo.

La meta información consiste en agregar información descriptiva (autor, departamento, fecha....) sobre el documento con el fin de poder ordenarlo y recuperarlo en futuras búsquedas. (En resumidas cuentas, información sobre la propia información)

17. ¿Qué es un Workflow en un DMS? En el documento de requisitos, ¿qué artefactos utilizamos para conseguir la información necesaria para definir los workflows?

RESPUESTA: Un workflow (diagrama de flujo) consiste en una secuencia de pasos concatenados, donde cada paso sigue al precedente sin demora y termina solo antes de que el paso siguiente comience (para impedir accesos simultáneos a documentos individuales) . Para definir un diagrama de flujo usaríamos BPMN.

Un Workflow en un dms es una serie de pasos o estados por los que pasará un documento desde el momento de su definición hasta antes de ser publicado o enviado a la función que vaya a realizar. Lo más típico es la aprobación de un documento, el cual pasa por diferentes revisores, el orden de estos y su relación sería un workflow. Para definir un workflow podemos usar BPMN.

Ej: detallado.

El ejemplo es una representación muy esquemática de cómo puede verse el Workflow para la publicación de un documento en una intranet con la ayuda de una interfaz de publicación:

1. El editor propone un artículo al director de la sección.
2. El director de la sección le echa una mirada al documento y lo valida.
3. El editor en jefe considera que el documento contiene elementos que no son actuales y lo devuelve al editor.
4. El editor revisa la copia y la envía al director de sección.
5. El director de sección corrige algunos errores tipográficos y envía nuevamente el artículo al editor en jefe.

Curso 2012-2013

6. El editor en jefe valida el documento para que se publique en línea.

Para definir los workflows podemos recurrir a:

1) BPMN - Documentos que muestran el flujo de tareas por la que pasa un documento. Es un documento que no es entendible por todos. Únicamente por el ingeniero y algunos clientes (dependiendo de su profesión).

2) Casos de uso - Son entendibles por todos los clientes. Podemos encontrar dos tipos:

a) Casos de uso de negocio. Definen cómo interactúan los diferentes actores. **Este caso de uso se podría usar de manera alternativa con BPMN.**

b) Casos de uso del sistema. Definen cómo funciona el sistema **en referencia al workflow y uno de los usuarios del mismo.**

Se pueden usar casos de uso (de negocio, que son definidos por las tareas que tienen que realizar los actores, o de sistema, que son definidos por la manera que hay usar el sistema) o BPMN. El problema con los diagramas BPMN es que es improbable que el cliente sea capaz de entenderlos por lo que se hace más útil el uso de casos de uso en el documento de requisitos para que el cliente sea capaz de validarlos.

18. A la hora de diseñar un DMS es necesario tener en cuenta: la legislación y los estándares de calidad aplicados por la empresa. Explique los motivos por los que es necesario tener en cuenta cada una de estas cosas

RESPUESTA: Porque un gestor documental (DMS) maneja información importante y por tanto privada tal como balances, cuentas, datos de investigación de la empresa etc. que están sujetos a leyes y estándares de protección de datos. Los estándares de calidad son importantes porque buscan la mejor operación comercial.

Añadir que manejamos información privada de terceros, de la cual nos responsabilizamos de mantener privadas por la ley de

Curso 2012-2013

protección de datos en el momento que almacenamos sus datos. A no ser que los mismos decidan hacerlas públicas.

19. ¿qué parte(s) de la empresa tendremos que analizar para diseñar un DMS para una gran empresa? ¿es esto diferente en una empresa pequeña? ¿por qué?

RESPUESTA: En una gran empresa tendremos prácticamente que estudiar la empresa entera:

- 1)Elicitar las operaciones de la empresa respecto a los documentos
- 2)Definir una estructura documental mejorada
- 3)Estudiar la reducción de costes(estudiar la relación entre la estructura de documentos y los procesos para optimizarlos)
- 4)Alinear la gestión KM (estudiar/definir procesos de captura de conocimiento, definir diagramas de flujo para ser gestionados)
- 5)Determinar sistemas hardware y software
- 6)Implantación

En una pequeña empresa sería diferente: usualmente no implementan estándares de calidad. Las normales legales, financieras y administrativas son más simples. Podemos aplicar la metodología Ágil e incluso combinarla con no Ágil (por ejemplo no ágil para definir los requisitos y rediseñar la compañía y ágil para implementar el sistema).

La principal diferencia es que en una gran empresa o hay normas para gestionar la información o es inviable. En una pequeña empresa con un sistema que cubra necesidades básicas en algunos casos es suficiente.

Curso 2012-2013

20. Enumere cuáles son los requisitos principales a solicitar para un DMS en una empresa pequeña:

Situación actual y futura: negocio actual y futuro proceso de la empresa usando casos de uso.

Requisitos de información: tipos de documentos que se almacenan (legales, financieros, estructura/clasificación de los documentos).

Requisitos funcionales: sólo el usuario directo de casos de uso y el usuario que sea notificado.

Reglas de negocio: reglas para acceder a la información, normas para la gestión de documentos y nombrado

Requisitos de interfaz: integración necesaria con otros sistemas (CRM, ERP, 2.0).

Tipos de documentos, sus metadatos, las formas de organizarlos y las formas en las que los usuarios van a acceder a esos documentos.

21. ¿Es Dropbox un DMS? Justifique su respuesta

RESPUESTA: No. Dropbox permite gestionar el intercambio de documentos a un nivel muy básico, pero nunca gestionaría por ejemplo miles de documentos a una profundidad y detalle como permitiría por ejemplo Alfresco.

Dropbox no permite workflows, no muestra diferencias de los documentos modificados...

Por otra parte dropbox no permite búsquedas sencillas (buscar palabras dentro de los documentos) y tampoco búsquedas de los mismos a través de los metadatos (quién, cuándo, dónde se ha realizado un documento o modificación del mismo). Otra diferencia con los DMS es la seguridad que éstos proporcionan a los documentos según el tipado de los mismos, incluso secciones dentro del mismo.

NOTA: Esta pregunta se podría formular en cierto modo a la inversa: "características básicas de un DMS".

No, porque no cubre todas las funcionalidades de un DMS como puede ser el versionado o la búsqueda por metadatos.

22. ¿Qué relación existe entre la Empresa 2.0 y los antivirus?

RESPUESTA: Andrew McAfee, uno de los desarrolladores de la Empresa 2.0, su apellido es igual que el antivirus McAfee.

23. Enumere tecnologías usadas en la web 2.0 describiendo brevemente su utilidad y características básicas

RESPUESTA:

-AJAX: Las aplicaciones se ejecutan en cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar cambios sobre las páginas sin necesidad de recargarlas, lo que significa aumentar la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones.

-CSS: Hojas de estilo. Se usan para definir la presentación de un documento HTML, XML (XHTML).

- URL semántica: URL's sencillas, entendibles por el usuario. Formadas con palabras relacionadas con el contenido de la página y que, por tanto, son fáciles de recordar.

NOTA: Ver:

http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0#Tecnolog.C3.A1as_de_la_web_2.0

mashup → Se trata de coger dos productos ya existentes en el mercado , y a partir de esos dos productos crear uno nuevo. Ejemplo: Mapas de ciudades y fotografías de monumentos de ciudades. Nueva aplicación es mostrar en el mapa las fotografías de los monumentos.

Rest → Es un protocolo que sirve para conectarse con la API de un sitio web 2.0 o medio social, como twitter o facebook. Sirve para hacer peticiones http, para consultar una determinada información, que es retornada en forma de URLs que llevan a una página de donde se pueden obtener los datos consultados y operar con ellos.

OAuth: protocolo utilizado para autenticaciones seguras a la API de un medio social o web 2.0.

24. ¿A qué aspectos de la actualidad está afectando la web 2.0 además de a la empresa? Indique el principal motivo que hace que la web 2.0 impacte en estos aspectos.

RESPUESTA:

La web 2.0 ha afectado también a la sociedad y en la educación.

Sobre la sociedad, ha tenido repercusión en cuanto a la forma de generar información, la forma en que las personas se relacionan y la posibilidad de que cualquier individuo pueda ser oído en Internet. Esta vez es el usuario quien genera el contenido y tiene la capacidad de hacerse visible en este mundo. Las redes sociales también han sido un importante punto con las que ha cambiado nuestra forma de relacionarnos con cualquier persona remota teniendo a su disposición potentes herramientas fáciles de usar con las que podrá crear y compartir la información que desee.

Por último, la web 2.0 está haciéndose hueco poco a poco en el mundo de educación. Y es un proceso lento debido a que está regida por un carácter conservador el cual presupone que la web 2.0 simplemente será una mera distracción para los alumnos desviando su atención de lo importante. Pero, sin embargo, los principales colegios ya se han dado cuenta del poder que tiene la web 2.0 y están empezando a aprovechar sus capacidades. La web 2.0 brinda al alumno la posibilidad de aprender de una forma más interactiva permitiendo a éste poder colaborar de forma activa en las actividades escolares. Tendrá a su disposición numerosas herramientas muy útiles a la hora de buscar

Curso 2012-2013

información, compartir información, debatir temas...etc. De esta forma el alumno podrá acceder en cualquier momento y desde donde desee a esta información.

Además de lo que ha explicado el compañero, que está perfecto, me gustaría añadir que también está cambiando la forma en la que las empresas u organizaciones realizan el marketing. Ahora el marketing “se hace” a través de los medios sociales y web 2.0, haciendo que la información que quieren transmitir sea más creíble por los usuarios de la misma debido a que es compartida y comentada por personas cercanas al mismo y no por la misma empresa que realiza el marketing.

Añadido: También podemos hablar de un beneficio en la política gracias a la web 2.0, consiguiendo una relación más estrecha entre el profesional de la política y el ciudadano común, dando la oportunidad a ambos de comunicarse, compartir información y opinión. Así como el político podrá mostrar lo que supone el día a día de su trabajo y medidas que tomará, el ciudadano, por su parte, podrá criticar, de una manera preferiblemente constructiva, el trabajo del político y éste aprender y saber lo que opina el pueblo.

También se puede decir que la política 2.0 se inició en las elecciones estadounidense en el 2008.

25. Elabore un diagrama que indique en qué aspectos y partes afecta la empresa 2.0 a una empresa. Explique brevemente cada bloque del diagrama

RESPUESTA:

Siendo breve y sin entrar en muchos detalles ni presentaciones gráficas, la empresa 2.0 afecta a la empresa en varios ámbitos:

---Si nos centramos de puertas para adentro, la empresa ve como cambia la manera en la que se almacena y organiza toda su documentación haciendo que la búsqueda y compartición de dicha información se vea optimizada hasta el punto de que la empresa en general y el personal en particular, se ven altamente beneficiados en

Curso 2012-2013

cuanto a un incremento del rendimiento de los **empleados motivados** por tener más conocimiento de la empresa y por la capacidad de participar en la empresa dando su opinión, luego aportando importantes ideas que se podrán llevar a cabo posteriormente. Así, como la empresa, que verá que sus beneficios (capital) y rendimiento en general se incrementará, con la llegada de buenas ideas y con el trabajo de un equipo más unido y motivado.

---**De puertas para afuera**, la empresa 2.0 tendrá un fuerte impacto, sobre todo, en su **Imagen de cara al público**, a sus clientes, estableciendo una relación más estrecha entre dicha empresa y su clientes. Esta relación se ve beneficiada gracias a que los clientes podrán tener contacto directo con la empresa de manera que éstos podrán dar su opinión sobre los productos y servicios que ofrece la empresa. Así la compañía tomará las medidas correspondientes para mejorarlos y por tanto para adquirir más beneficios y clientes

26. Indique en qué año se definió el término empresa 2.0, quién lo hizo, y los motivos que hacen que en pocos años la implantación sea generalizada en las empresas. Explique brevemente cada motivo

Se definió en 2006-2007 por Andrew McAfee. motivos que hacen que en pocos años la implantación sea generalizada en las empresas:

Herramientas muy sencillas para los usuarios y cómodas de usar, ya que están dirigidas a un público de todas las edades y se han impuesto aquellas cuyo uso es más fácil e intuitivo .

y factores económicos, por diversos motivos:

- **se tiene más información, tanto interna como externa → Por ejemplo el grupo de facebook, sirve a los profesores para ver que cosas pueden mejorar.**

Curso 2012-2013

- supone ahorro de costes: Se pueden solventar determinados temas, evitando bastantes reuniones, las cuales son costosas.
- mejor productividad: la gestión de información supone mucho tiempo de trabajo en las empresas (en muchos casos un 50%). Es más eficaz que vía correo electrónico.
- conocemos los errores/mejoras de nuestros productos
- los empleados pueden recomendar e indicar que partes de la empresa no funcionan bien, incluso proponer mejoras,etc.

OTRA RESPUESTA: Hay dos motivos principales:

- Económico
- Facilidad de uso y de implementación.

Las Herramientas 2.0 son fáciles de utilizar y desde el punto de vista de desarrollo serían en cierto modo las mejores. En lo económico son baratas y son soluciones que cuando las implantas la empresa gana más dinero.

27. ¿Cuáles son las principales reticencias que suelen tener las empresas a la hora de implantar la Empresa 2.0 que NO son reales?

- Que todo esté a disponibilidad de todo el mundo: que las nóminas o información clave de los clientes, pueda ser vista por toda la empresa.
- Riesgos de seguridad.
- El mal comportamiento en su uso: críticas negativas de unos compañeros hacia otros.

Curso 2012-2013

- Que sea un Facebook para empresa: Usar la herramienta para comentar las fotos del fin de semana, hablar de hobbies o de cosas externas al trabajo.

Otro punto de vista:

- No aporta beneficios a la empresa
- Un mal uso de la red (no la usen para lo que fue creado)
- Riesgos de seguridad (datos confidenciales o entrada de terceros)

28. Qué es más importante a la hora de una implantación de una plataforma 2.0, ¿la tecnología o “las personas”? Razone su respuesta.

Lo más importante son las personas, la tecnología es tan solo la punta del iceberg. El 20% de la inversión se debe invertir en la tecnología mientras que el otro 80% debe ser invertido en fomentar su uso y establecer pautas para las mismas. Por ejemplo, en una red social el 80% del esfuerzo sería poner en marcha la red social y que la gente encuentre valor en ella.

Añadir que uno de los papeles más importantes en una plataforma 2.0 es la del coordinador, el que conseguirá que la gente aporte a la plataforma y no sean solo el 1% el que aporte para así conseguir que la plataforma crezca, como se dijo antes lo más importante son las personas, y no importa tanto el estilo de la plataforma como su contenido y este solo entra a través de las personas.

Lo más importante son las personas, pues lo difícil en la implantación de una plataforma 2.0 es cambiar la forma de trabajar de las personas, para ello necesitamos un líder (o varios) que fomente el uso de la tecnología y la participación del resto.

La tecnología sin personas que la usen es como tener un ferrari sin carnet de conducir.

Curso 2012-2013

29. ¿Cuáles son los principales problemas en la implantación de un proyecto de Empresa 2.0? Indique los motivos.

- La ausencia de actividad → En sitios como Wikipedia, Youtube etc el número de gente activa es el 1%, lo que se traduce en la empresa a 1 de 100 empleados.(Activa = gente que aporta contenido)
- La resistencia al cambio → Los empleados no quieren más herramientas, y también se muestran reticentes a compartir el conocimiento.También lo ven como un aumento de su trabajo y se niegan a ello
- Que los trabajadores puedan usarla correctamente → Debido a la falta de formación del mismo en nuevas tecnologías o bien, debido a que las tareas que tiene asignadas, no le permitan dedicarle tiempo a dichas herramientas.

30. ¿Qué es la inteligencia colectiva? Ponga un ejemplo.

Se trata de la construcción de contenidos colaborando entre todos, aportando nuevos datos, corrigiendo, ampliando, etc. Por ejemplo, Wikipedia o este google docs.

En una empresa, hicieron un concurso para ver qué trabajador se acercaba más a las ventas que se iban a producir en el trimestre. El premio era 50 dólares en consumibles de la empresa. Cuando recopilaron toda la información suministrada por los empleados e hicieron la media y tuvieron la cifra de las ventas, la aproximación había sido del 98%. Mucho mejor que la estimación del departamento encargado de hacer la previsión.

Otro respuesta:

La inteligencia colectiva es una forma de inteligencia que nace de la colaboración de distintos miembros. Puede servir para repositorio de

Curso 2012-2013

información, toma de decisiones, experiencias, cualquier cosa que pueda servir a otra persona hacerlo público, compartirlo.

Ejemplo: Una empresa publicó los documentos de finanzas en su plataforma corporativa, uno de los empleados la estuvo revisando y encontró unos fallos, lo publicó en la plataforma y gracias a eso la empresa pudo cambiarlo, si no se compartiera la información puede que la empresa hubiera tenido pérdidas y gracias a esto pudo remediarlo.

31. ¿Cuál es la principal diferencia entre el marketing tradicional y el “social media marketing”? Rzone su respuesta

RESPUESTA: La principal diferencia radica en el uso de redes sociales como estrategia de marketing. El hecho de usar dichas redes como medio publicitario hace que los usuarios se animen a comentar y a compartir el contenido creado con otros miembros de sus redes sociales, lo que se traduce en una difusividad del contenido mediante el “boca a boca”. Al conocer el producto mediante gente conocida se consigue una mayor familiaridad y una mayor confianza en el producto.

Otra Respuesta: En el marketing tradicional pones la publicidad sin saber la opinión de los consumidores al respecto, en cambio con el social media marketing si sabes la opinión del consumidor directamente ya que puedes obtener comentarios y críticas a través de es esta, también es más barata y se difunde más fácilmente ya que los consumidores pueden enviarse rápidamente el anuncio por lo que es más fácil de compartir.

Las principales diferencias son: la existencia de retroalimentación en el marketing social, lo que nos permite mejorar nuestro producto o servicio, además de la confianza que proporciona que sea alguien conocido el que te lo presente.

32. Enumere las **tácticas** básicas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing. Indique también los requisitos que impondrá cada una de ellas en la tecnología utilizada (siempre que tenga sentido)

Curso 2012-2013

RESPUESTA: Las tácticas serían:

- 1)generar nuevo contenido interesante (Blogs, CMS, Redes sociales)
- 2)Mecanismos de participación (Compras, registros, suscripciones, “likes” en facebook)
- 3)Obtener retroalimentación (feedback) (Obtener comentarios, opiniones, encuestas)
- 4)Obtener recomendaciones (retweets, likes, compartidos, enviar a amigos por email...)
- 5)Utilizar sistemas de medición (Google Analytics, Facebook, Topsy etc).

Lo mismo pero explicado de otra forma:

- 1) Elegir sitios donde publicar el contenido, uno o varios, propios o externos.
- 2) Mecanismo para fomentar la participación de los consumidores, por ejemplo obsequiar con productos a los que más lo reenvien o algo por el estilo.
- 3)Obtener información de comentarios, opiniones y demás información que nos pueda ayudar a mejorar el producto.
- 4) Obtener información de los reenvíos de los clientes para saber la aceptación fuera del círculo donde se han publicitado el producto.
- 5) Medidas de los resultados obtenidos para saber el resultado de la campaña de marketing.

33)En qué consiste la monitorización social media (Social Media Monitoring/Management)? Si implanta una red social propia para clientes , ¿qué implicaciones tendrá esta técnica a nivel de tecnología?

RESPUESTA: Consiste en hacer un seguimiento del contenido generado por los usuarios de las redes sociales, para que la empresa pueda analizar las opiniones de los usuarios (por ejemplo sobre una marca o un producto) y tomar posibles decisiones en función a dichas opiniones e incluso interactuar con ellos.

A nivel tecnológico, puesto que queremos conocer la opinión de nuestros clientes deberemos usar una tecnología tipo blog o foro donde los clientes puedan dejar su opinión, permitiéndonos contestarles.

A nivel tecnológico, las implicaciones serían el uso de herramientas y programas de monitorización, como el Google Analytics, <http://tweetch.com/>, <http://topsy.com>, <http://klout.com/#/mashable>

34. ¿Qué factores deberá tener en cuenta a la hora de decidir entre implantar una red social para cliente propia o basarse en alguna de las existentes?

Depende de la finalidad de la red social, si es para marketing o para opiniones de clientes podría ser una externa, ya que tiene ya un gran número de usuarios. Si queremos la red social con funcionalidades no disponibles en otras redes sociales o para tener una buena relación cliente - comercial, para resolver problemas, dudas u otros fines, lo mejor sería implementar una propia para que sea el trato más personal y podamos implementar las nuevas funcionalidades exigidas a gusto.

Los factores a tener en cuenta son su finalidad, para marketing suele ser menos costoso usar una red social ya consolidada como puede ser facebook (no tenemos que llenarla), y las funcionalidades necesarias, si ninguna red social consolidada tiene las funcionalidades que requiere el cliente deberemos adaptar alguna de las opciones estudiadas y extenderlas o plantearse el desarrollo a medida.

35. Enumere las fases de una implantación de red social corporativa e indique brevemente el objetivo de cada una de ellas.

- a. Conocer el negocio: Estudiar cómo está formado el negocio, cuáles son sus objetivos, su manera de actuar, como funciona el negocio actualmente.
- b. Definir el alcance de la solución: Crear un entorno propicio para el desarrollo del proyecto fijando la visión y misión de la empresa,

Curso 2012-2013

construir los casos de negocios para ayudar en la implementación (¿cómo es E2.0?, Ajustar el negocio), una jerarquía de mando y roles en el proyecto, políticas de comunicación para el desarrollo del proyecto (Reglas de funcionamiento E2.0).

- c. Implementar la solución: Estudiar los casos de negocios realizados anteriormente para ver que herramientas necesitamos para su implementación en una red social corporativa (Implementación del software), estudiar también sus actuales medios de información y adaptarlos a la red social corporativa y estudiar la interacción con otros módulos si fuera necesario. (Gestión de la comunidad)
- d. Hacer crecer la solución: Evaluar la solución actual para estudiar posibles mejoras para volver al punto 1 de las fases, ya que esto es cíclico, identificar y aprovechar las experiencias buenas y malas, estudiar la adopción del sistema por el usuario para posibles cambios con cara a su facilidad - asimilación.

36. Enumere las fases a ejecutar para lanzar un piloto de red social corporativa

RESPUESTA:

1) Nombrar a un líder del piloto y un pequeño subgrupo. Serán los encargados de que el piloto llegue a buen puerto.

2) Introducir contenido inicial (líder y subgrupo). Lo que la empresa nos haya pedido, pero se puede ir apuntando alto si seguimos las observaciones positivas de anteriores etapas para fortalecer la aceptación de la nueva versión.

3) Establecer una estructura para las actividades. Pondremos a disposición de los usuarios herramientas que agilicen su trabajo:

- Plantillas para documentos, grupos
- Herramientas que deben ser usadas

Curso 2012-2013

4) Las razones que fundamentan la contribución. Tratar de incentivar a los usuarios/cliente para que usen nuestra red social

- Buen contenido
- Uso obligatorio

5)Lanzar el piloto

- Si hemos seguido y ejecutado los pasos previos, muy probablemente el piloto comenzará con mayor apoyo y aceptación.

37. Enumere 3 riesgos para la implantación de redes sociales corporativas y explique brevemente en qué consisten

RESPUESTA:

1) Inactividad: Que haya pocas actualizaciones de contenido o que estas se hagan cada mucho tiempo.

2) Pérdida de información: Para crear un sitio fiable, de confianza de cara a nuestros usuarios, es importante que se tenga especial cuidado en la implantación de sistemas de copias de seguridad para evitar pérdidas de información por problemas relativos al servidor.

3) Comentarios negativos internos: Es importante escuchar las opiniones de los usuarios de la red social. Al igual que el boca a boca puede tener un efecto beneficioso, la mala publicidad puede darnos un efecto inverso

.

38.Enumere 3 barreras internas para la implantación de redes sociales corporativas y explique brevemente en qué consisten

RESPUESTA:

1) Culturales: Existe el riesgo de aversión, problemas de confianza en los empleados....

Curso 2012-2013

2)Actitudes ejecutivas: La no participación , escasa comprensión de beneficios y riesgos, miedo a perder el control....

3)Diseño de la iniciativa: Idioma incorrecto, ningún caso sólido de negocio previo, tecnología que no se centra en los negocios...

39. Cuál diría que es la visión y la misión de Apple

Misión:

Ofrecer servicios con la más alta calidad y con la más alta tecnología con los mejores productos.

Ofrecer productos de alta tecnología con la máxima calidad.

Visión

Ser reconocidos como una empresa innovadora y competitiva a la hora de ofrecer soluciones tecnológicas a sus clientes.

Seguir desarrollando y ofreciendo los productos más innovadores a sus clientes.

Tener el monopolio en el mundo de dispositivos multimedia.

40. ¿qué pasos hay que dar para elaborar un framework de gobierno para un proyecto de Empresa 2.0?

- a. Nombrar un jefe de proyecto y el promotor del proyecto **Un líder que lleve adelante el proyecto**
- b. Identificar las principales partes interesadas y los intereses **A quién va dirigida y cuáles son sus objetivos**
- c. Dar prioridad a los resultados deseados **Hay que conseguir los resultados**
- d. Identificar los riesgos y preocupaciones de las partes interesadas
 - Utilizar una matriz de trazabilidad REM (participantes y los riesgos)
- e. Establecer y comunicar las políticas

Curso 2012-2013

41. Indique los requisitos mínimos a capturar en el documento de requisitos a la hora de implantar una red social para clientes. Indique el cometido de cada uno de ellos y el tipo de requisito a utilizar.

RESPUESTA:

Requisitos de Información:

- Campos de los perfiles de usuario
- Tipos de usuario y roles
- Estructura de grupos

Requisitos funcionales:

- Procesos de registro
- Herramientas que se les tendrá que proporcionar a cada grupo (por ejemplo foros, wikis, blogs, archivos)
- Permisos para los roles de los usuarios, los grupos y los contenidos
- Requisitos analíticos (SEO, SEM, SMO)

Integración:

- Integración con otras redes sociales
- Integración con las herramientas ECM de la empresa.
- Necesidades de integración con los usuarios

42 La empresa Acme se dedica a realizar proyectos de **consultoría** en ingeniería, normas de **calidad**, aspectos legales y contables, y organización de **eventos**, charlas, talleres y seminarios (gratuitos y de pago). El **conocimiento en esta empresa es muy importante** pues existen muchos proyectos similares cuyo conocimiento podría **reutilizarse** e incluso ponerlos públicos a nivel de los clientes potenciales. Esta empresa cuenta con un **web desarrollada** a medida que está quedando algo **antiquada** y que es difícil de mantener (por las **limitaciones** propias del desarrollo). Por otro lado, la situación de crisis ha hecho que la empresa pierda clientes y están buscando opciones para **captar nuevos clientes**. Los empleados tienen una media de edad de **50 años** y un conocimiento **tecnológico limitado**. Nos comentan también que esta empresa implementa una **norma de calidad** que fomenta el buen

Curso 2012-2013

funcionamiento de la empresa. Los empleados de la empresa también se quejan que las cantidades de correo electrónico que tienen que gestionar a diario están empezando a suponer un problema (NOTA: no existe una única solución, pero es imprescindible que justifique bien su respuesta)

- a. ¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría implantar? ¿Qué extensiones, modificaciones, o ajustes cree que serían necesarias a priori?

Necesitaría todos los sistemas de gestión de conocimiento (Wordpress y Alfresco) y una metodología de gestión del conocimiento, para así cuando añades un nuevo proyecto, anotas los cambios de esa planificación, quién ha participado, etc....Para así después obtener conocimiento de ello, en este caso, Alfresco sería muy útil.

Red social interna, para así mover la información mediante comentarios en dicha red social.

Sistema de gestión documental → Alfresco tipando los documentos y usando metadatos, integrando sistemas

Wordpress → Extensión de gestión de eventos para los seminarios

Para captar clientes nuevos usando wordpress y red social interna algo para monitorizar los nuevos clientes.

Utilizaría Alfresco como gestor documental utilizando los flujos de trabajo para que todo documento deba ser revisado por los diferentes expertos y tener las demás ventajas de usar un DMS, además usaría drupal para implementar la red social, con la que poder desarrollar el concepto de inteligencia colectiva (reutilizar conocimiento), y organizar los eventos . Para la captación de nuevos clientes recomendaría alguna red social consolidada como puede ser facebook.

- b. Si cree que es necesario realizar alguna integración de estos sistemas ¿qué sistemas integraría y qué aspectos de los mismos?

Respondido en la pregunta anterior

- c. ¿Qué sistemas descartaría y por qué motivos?

Curso 2012-2013

Los que no se integren unos con otros para que no haya dualidad de logins y demás

- d. ¿Qué riesgos cree que puede tener el proyecto y que propondría para paliarlos?

Poca capacitación tecnológica de los usuarios, ya que son personas de edad avanzadas (más de 50 años). El otro riesgo es que al montar la red social externa (que no sea Facebook) no se consiga usuarios que la usen

Una buena manera para paliar estos riesgos sería educar al personal en conocimiento o contratar gente joven que aporte novedad al IKM

43. Nos contacta una empresa de desarrollo de software para mejorar la forma en la que se comunican y se organizan sus empleados en lo referente al desarrollo de software. En la actualidad se organizan únicamente usando Dropbox, correo electrónico y reuniones presenciales.

- a. ¿recomendaría alguno de los sistemas estudiados en clase? En caso afirmativo, ¿cuáles?

Al ser una empresa de desarrollo software trabajarán con muchos archivos en los que trabajan varios y habrá muchas versiones de estos por lo que dropbox aquí no sería muy recomendable ya que no gestiona versiones muy bien por lo que habría mucho lio, para este caso sería mejor usar un alfresco, subversión ó google drive para modificar archivos en linea, se podría usar alguna combinación de estos.

En cuanto a los correos no es muy aconsejable para comunicarse entre varios en una empresa ya que no se guarda un histórico para los empleados futuros ni revisiones posteriores, y no es muy dinámico, para una comunicación interna en una empresa lo mejor sería una red social interna, una buena forma de implementar sería mediante drupal commons.

En cuanto a reuniones presenciales, aunque no hay que dejarlas de lado, ya que siempre viene bien se podría estudiar que algunas de esas reuniones las más se hagan a través de skype

Curso 2012-2013

ya que seria algo mas agil.

- b. Si no cree que ninguno de los sistemas estudiados en clase solucionaría el problema, ¿qué sistema propondría y que piezas imprescindibles debería tener?

Otros sistemas a usar seria usar gestores de proyectos para tener cada proyecto un espacio de trabajo aunque luego exista el espacio común.

44. Nos contacta una empresa de venta de aceite de oliva que desea realizar anuncios por internet para aumentar sus ventas a nivel global. Actualmente no cuenta con ningún sistema de gestión de información.

- a. ¿Qué sistemas de los estudiados le recomendaría? Razone su respuesta

RESPUESTA: Puesto que no se hace mención del intercambio de archivos y centrándonos en el enunciado, la empresa necesitaría una red social EXTERNA. Respecto a los sistemas estudiados en la asignatura, una opción sería implementar un Wordpress con Buddypress. De esa manera la empresa podrá publicitar su producto por internet, interactuar con los consumidores y adoptar políticas y estrategias en función del análisis de las opiniones de los mismos.

¿Sería más correcto decir que la empresa necesita un gestor de contenidos o CMS (Wordpress) para que cualquier persona pueda estar al tanto de las noticias de la empresa, así como una red social externa para así los clientes poder opinar y parecer más cercana, por tanto, poder aprender y mejorar en un futuro?

Bueno, yo concreté en Wordpress y Buddypress porque la pregunta dice “¿Qué sistemas de los estudiados le recomendaría?” y estos son los que hemos visto en la asignatura (en prácticas) como CMS y red social externa. En cualquier caso si te fijas la respuesta que doy es la misma que planteas pero con otras palabras, pero en definitiva: Wordpress y red social externa para interactuar con la clientela y poder extraer un conocimiento útil en base a sus opiniones. Un saludo.

Curso 2012-2013

EDITO: Le he comentado la pregunta al profesor Joaquín Peña y me ha dicho que tienes razón. Hay que matizar que se van a usar dos sistemas:

- 1) Wordpress como CMS
- 2) Buddypress como red social externa.

Pese a que quería referirme a eso, como yo había respondido induce a que solamente se va a usar Buddypress como único sistema, lo cual deja a Wordpress sin posibilidad de usarse como gestor de contenidos (CMS).

EXAMEN EVALUACIÓN ALTERNATIVA GSI 12-13

- 1. Indique varias formas de construir un sistema de gestión de conocimiento. Justifique su respuesta y ponga ejemplos siempre que sea posible. En caso de proponer varias formas indique cuál de ellas cree que es más adecuada hoy en día si se montara una solución en una empresa nueva.**

Para ayudar, yo puse en el examen lo que era el conocimiento y la información y la diferencia entre ellos.

Expliqué qué era un ECM, que le haría falta (software y metodología) y para qué harían falta. Un ejemplo

Expuse la opción de Red Social Interna, por qué servía (basándome en la definición de conocimiento y tal) y qué se hacían en ellas en general. Un ejemplo.

Opción 1->Con una red social interna (Drupal commons), esta opción se puede mejorar con metodología.

Opción 2->Con Alfresco (DMS) más metodología.

La mejor opción es la opción 1, debido a que es una empresa nueva, quizás formada por gente joven, que manejan en su vida diaria las redes sociales, etc.

ECM + Metodología de KM: la metodología guiará a los empleados a que la información añadida sea información útil para la empresa, es decir, conocimiento. Este conocimiento, ayudará a la empresa en la toma de decisiones.

- 2. Enumere las fases de una implantación de red social corporativa e indique brevemente el objetivo de cada una de ellas y sus actividades principales con una pequeña explicación de su cometido. En la fase donde se realice la implantación del software, indique brevemente los requisitos principales a capturar (sólo enumerarlos sin explicación).**

Las fases para la implantación de una red social corporativa son:

1. Conocer el negocio: estudiar cómo está formado el negocio, así como conocer cuáles son sus objetivos, su manera de actuar , en definitiva cómo funciona el negocio actualmente
2. Definir el ámbito de la solución: crear un entorno propicio para el desarrollo del proyecto fijando la visión y misión de la empresa. Construir las casos de negocio

Curso 2012-2013

3. Implementar la solución: estudiar los casos de negocios realizados anteriormente para ver que herramientas necesitamos para su implementación en una red social corporativa (**implementación de software**). Tambien debemos estudiar sus actuales medios de información y adaptarlos a la red social corporativa y **estudiar la iteracion con otros modulos si fuese necesario (gestion de la comunidad)**.

Requisitos a implementar:

1. Requisitos de información: **Estructura de la informacion(calendarios, eventos, noticias...), estructura del grupo(etiquetas, categorias, departamentos...), Roles de los usuarios, herramientas para la configuracion de todo tipo de grupos(wikis, blogs, encuestas..)**
2. Requisitos funcionales: **procesos de registros, procesos para la participación en cada tipo de grupo dependiendo del tipo de usuario**
3. Requisitos no funcionales: **integracion con otros sistemas: DMS, ECM...**
4. Reglas de negocio: **permisos para Grupo/roles, reglas para la puntuaciación de los usuarios, permisos para acceder a la información**
4. Hacer crecer la solución: evaluar la solución actual para estudiar posibles mejoras para volver a la primera fase, ya que esto es cíclico, identificar y aprovechar las experiencias buenas y malas y estudiar cómo se ha adaptado el usuario al sistema para posibles hacer posibles cambios con el objetivo de aumentar su facilidad de uso

3. **Enumere las tácticas básicas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing. Para cada táctica, indique también los sistemas de gestión de información necesarios y las extensiones que habría que hacer a estos sistemas (siempre que tenga sentido)**

Las tácticas para llevar a cabo una estrategia de social media marketing serian:

1. Generar nuevo contenido interesante (CMS(ej. wordpress), Red social (ejemplo buddypress)), es la parte más importante ya que si no generemos contenido interesante no obtendremos la participación esperada.
2. Mecanismos de participación(comprar, registros “me gusta” en facebook), debemos tener mecanismos de participación para conseguir que la gente nos visite y participen ya que esto es el principal objetivo de las plataformas 2.0
3. Obtener información (comentarios, opiniones), es muy importante saber la opinión de los consumidores sobre nuestros productos, partes positivas y negativas.

Curso 2012-2013

4. Obtener recomendaciones (retweets, "me gusta", mandar emails a amigos...), el objetivo es que la información llegue al mayor número de personas posibles.
5. Utilizar sistemas de medición (google analytics,), con estos sistemas podemos ver el impacto real que está teniendo nuestras campañas

- 4. ¿Qué es un Workflow en un DMS? En el documento de requisitos, ¿qué artefactos utilizamos para representar la información necesaria para definir los workflows y qué artefactos usamos para definir los workflows en sí mismos? (en caso de existir varias opciones enumérelas todas e indique cuándo usar cada opción)**

Un Workflow en un dms es una serie de pasos o estados por los que pasará un documento desde el momento de su definición hasta antes de ser publicado o enviado a la función que vaya a realizar.

Ejemplo de workflow: publicación de un documento en una intranet con la ayuda de una interfaz de publicación:

1. El editor propone un artículo al director de la sección.
2. El director de la sección le echa una mirada al documento y lo valida.
3. El editor en jefe considera que el documento contiene elementos que no son actuales y lo devuelve al editor.
4. El editor revisa la copia y la envía al director de sección.
5. El director de sección corrige algunos errores tipográficos y envía nuevamente el artículo al editor en jefe.
6. El editor en jefe valida el documento para que se publique en línea.

Para representar la información necesaria del gestor de workflows utilizamos los casos de usos, los cuales son entendibles por todos los clientes o tambien podemos usar los BPMN, sabiendo que este es un documento más complejo y se usa si el interlocutor (cliente) es un ingeniero.

Problema: ACME EFICIENCIA ENERGETICA, SL

Se tiene una empresa dedicada a la investigación de nuevas soluciones para el ahorro energético. Se nos comenta qué:

- La empresa cuenta con 20 empleados
- La empresa está certificada en la norma EFQM e ISO9000
- La empresa está conformada por ingenieros industriales en su mayoría jóvenes (23 a 26 años) y con conocimientos de informática de usuario
- La empresa, a pesar de dedicarse a la investigación, no cuenta por el momento con ningún sistema software de gestión de información.
- Los proyectos de investigación suelen requerir documentación abundante para su justificación

Curso 2012-2013

- La empresa colabora con profesores de distintas universidades en varios proyectos de investigación. Hasta el momento esta colaboración se ha llevado a cabo vía correo electrónico.
- Los profesores con los que se colabora suelen tener un nivel de conocimiento de informática bastante decente.
- La empresa comienza a tener problemas de gestión de la información de los distintos proyectos de investigación con los que trabaja. Incluso se ha dado el caso de que al despedir a una persona, se ha perdido parte de la información relevante para uno de los proyectos en los que participaba.
- La empresa desea dar a conocer sus actividades y proyectos actuales a la sociedad y futuros clientes.

¿Qué sistemas de los estudiados en la asignatura recomendaría? Justifique su respuesta e indique las integraciones entre ellos que propondría (en caso de ser necesario)

Esta empresa necesitará un portal con el cual dar a conocer sus actividades y proyectos actuales a la sociedad y futuros clientes (wordpress). Ya que no dice nada que la empresa le interese la opinión de los clientes sobre sus productos no tendremos que implementar un red social externa (buddypress)

Para la gestión de todo tipo de documentación referente a proyectos necesitaría un sistema de gestión documental (Alfresco) que controle las distintas versiones de los documentos así como el autor y diferencias entre estas versiones. La empresa al trabajar en diferentes proyectos tendrá muchísimos documentos, un DMS le permitirá buscar cualquier documento de forma rápida (Ejemplo: todos los documentos pertenecientes a un proyecto concreto)

Para la colaboración con los profesores de otras universidades podríamos implementar una red social interna (drupal) para que los trabajadores y estos profesores se puedan comunicar. y así dejar de hacerlo vía email (reducir o complementar el uso del correo electrónico más bien)

¿Influirán los estándares de calidad en alguno de ellos? Indique cuál(es) y explique los motivos

Los estandares de calidad influirán sobre el sistema de gestión documental (Alfresco) ya que nos dice que la empresa está asociada a la norma EFQM e ISO9000
Para completar añadir que es importante tener en cuenta leyes como la de protección de datos, según el país ésta puede ser mas o menos restrictiva y afecta de lleno en el DMS porque puede manejar información importante y privada de la empresa.

Curso 2012-2013

Indique los principales riesgos del proyecto justificando los motivos

El mayor riesgo lo tenemos en la red social interna (drupal) ya que al tener un plantilla bastante joven la puede utilizar para hacer comentarios sobre su vida privada (riesgos a que la utilicen como Facebook)

En este caso el principal riesgo es la inactividad, hay que invertir en desarrollar a los trabajadores para que esto no ocurra, ya que para que ésto funcione hay que participar activamente introduciendo contenidos y compartiendo conocimiento (gracias a la red social).

Otro riesgo es la resistencia al cambio, que los trabajadores estén muy acostumbrados al uso del correo electrónico y les cueste cambiar de método. De todas formas al ser trabajadores jóvenes no debería costarles excesivo trabajo adaptarse.

La empresa, ha conseguido terminar una primera solución y están planteando un lanzamiento a mercado. El producto elaborado consisten en un sistema de ahorro de energía para hogares o fincas en zonas rurales sobre el que quieren explicar sus ventajas e interactuar con los clientes potenciales para detectar usos alternativos o mejoras a realizar.

¿Qué recomendaría en este caso? Justifique su respuesta

Puesto que nos dicen que le gustaría interactuar con los clientes para saber su opinión, utilizaremos una red social externa ya existente (ejemplo Facebook) ya que

Puesto que nos interesa la opinión de los clientes utilizaremos una red social externa para interactuar con ellos, pero tenemos 2 opciones implementarla nosotros o utilizar una ya existente (Por ejemplo Facebook).

El factor principal a evaluar es si el coste de llenar la red propia de usuarios merece la pena.

Si el fin de la empresa es utilizar la red social como marketing lo más recomendable es utilizar una red social existente ya que estas gozan de muy buena popularidad y nos aseguramos que va a haber muchos usuarios que interactúen con nosotros.

Si esta empresa quiere utilizar la red social para personalizarla en un sentido más amplio y poder obtener una mejor relación comercial con el cliente, lo más adecuado sería implementar una red social propia para que el trato sea más personal.