



**Centro de Excelencia en Telecomunicaciones de la UIT y
Centro Regional de Capacitación de CITELOEA**

***Curso: Posgrado en Gestión de las Telecomunicaciones
Modalidad a distancia .***

Demo en:

<http://www.dednet.net/institucion/itba/cursos/000183d.html>

Presentación audiovisual en: <http://www.dednet.net/institucion/itba/>

❖ *Información básica:*

El campo de las telecomunicaciones resulta absolutamente familiar al Instituto tanto en la educación universitaria de grado como en la de posgrado. Desde hace 13 años dicta un posgrado de especialización en Ingeniería de las Telecomunicaciones y hasta el 2.002 dictó durante 8 años en conjunto con la Universidad de San Andrés, uno en Gestión de las Telecomunicaciones. Desde principios del 2.004 dicta este posgrado de Gestión de las Telecomunicaciones a distancia con singular éxito.

El de Gestión de las Telecomunicaciones a distancia del ITBA pretende establecer una diferencia con posgrados de características similares por el énfasis puesto en los conceptos técnicos fundamentales involucrados en las telecomunicaciones y los sistemas de información, sin descuidar los aspectos de la gestión y el negocio. El prestigio del ITBA es otro factor importante a tener en cuenta para las posibilidades laborales (en el 2.003 obtuvo el 5to lugar en el ranking de la calidad de productos y servicios y el primero en el rubro Universidades Públicas y Privadas; Revista Mercado Agosto 2003).

❖ *Objetivo*

Analizar los aspectos tecnológicos con los de gestión empresarial desde una perspectiva estratégica global e integradora

❖ Competencias del egresado

Podrá asimilar los cambios tecnológicos y transformar las estrategias, procesos y organizaciones de gestión empresarial.

❖ Director del posgrado:

Rubén Kustra

Ingeniero en electrónica (UTN) con estudios de postgrado en Telecomunicaciones en la University of Essex y en la Facultad de Ingeniería de la UBA. Director del posgrado de Tecnología de las Telecomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Ex Gerente de Regulaciones Técnicas y de Estrategia Tecnológica en Telecom Argentina. Chairman del grupo de estudio sobre Interconexión en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (Naciones Unidas). Ex profesor regular de Telecomunicaciones en la Facultad de Ingeniería-UBA y en UTN. Autor de 5 libros sobre Comunicaciones Digitales.

❖ Comité Académico:

Alejandro Fargosi. Abogado UBA con diploma de honor. Director del Curso de Postgrado en Derecho de las Comunicaciones, en la Facultad de Derecho de la UBA.

Carlos Killian. Ingeniero electromecánico. UBA. Consultor en Comunicaciones Satelitales. Experto en temas internacionales de telecomunicaciones.

Luis Perazo. Ingeniero electrónico con especialización en Telecomunicaciones en el Politécnico de Turín. Director de Comunicaciones y Relaciones Institucionales de Telecom Argentina. Presidente de la Cámara Argentina de Telecomunicaciones e Informática (CICOMRA).

Roberto Perez. Ingeniero electrónico UBA. Director ejecutivo de Bell South .

Alejandro Prince . Licenciado en Comercialización (UADE), Master en Economía (ESEADE) y Doctor en Ciencia Política (UB).

Isaac Salmun. Ingeniero en electrónica. Universidad Tecnológica Nacional. Consultor en Telecomunicaciones. Profesor de Telecomunicaciones en la Universidad Austral.

❖ Docentes:

Bunsow Federico. Licencia en Economía Universidad del Salvador. Posgrados en docencia universitaria y administración financiera UBA. Docente ESEADE, UBA, El Salvador. Gerente de desarrollo en Puente Hnos.

Casanova Pablo. Ingeniero electrónico UTN. Diploma de especialista en Telecomunicaciones del ITBA. Master en Administración y Marketing estratégico UCES. Telecom Argentina.

Door Roberto. Ingeniero en Telecomunicaciones. Universidad Nacional de la Plata. Consultor en temas regulatorios. Ex Director de la CNC y jefe del gabinete de asesores del Secretario de Comunicaciones.

Fernández Néstor. Contador Público UNLP. Especialista en Administración Financiera UBA. Profesor de Finanzas en grado y posgrado en la UNLP, UADE y USAL. Profesor de Excel aplicado a Finanzas en ABA y CPCECF. Autor de libros y artículos de la especialidad. Quantitative Analyst en Met AFJP.

Finkelievich Susana. Doctora en Sociología Urbana (Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, París). Investigadora del CONICET.

Herrera Jaime. Ingeniero civil de la Universidad de Costa Rica. Ex Jefe de Desarrollo de los recursos humanos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Hirchoren Gustavo. Doctor en Telecomunicaciones. Universidad de Campinas. Profesor de Telecomunicaciones en UBA e ITBA. Investigador.

Kustra Rubén. Director de la carrera.

Lannert Ricardo. Ingeniero electrónico UTN. Diploma en Gestión de las telecomunicaciones ITBA-Udesa.

Lema Máximo. Philosophy Doctor (Ph.D.) en Ingeniería Eléctrica especialidad Telecomunicaciones en la Universidad de Purdue (USA). Telecom Argentina.

Mancilla Giovanni. Ingeniero electrónico de la Universidad Jose de Caldas. Gerente de Control de Fraude de Telecom Colombia. Coordinador grupo de estudio sobre control de fraude de Citel OEA.

Sambucetti Hector. Ingeniero en electrónica UBA. Director en el Postgrado en Dirección Estratégica y Tecnológica del ITBA-EOI (Instituto Tecnológico de Buenos Aires y Escuela de Organización Industrial de Madrid), de la especialidad Empresas de Servicio. Redactor del Modelo de Gestión del Premio Nacional a la Calidad . Ocupó posiciones ejecutivas en Xerox.

Valle Luis. Ingeniero electromecánico UBA. Magíster en Telecomunicaciones ITBA. Telefónica Argentina.

Venturino Gabriel. Ingeniero electromecánico UBA. Director de la Maestría de Ingeniería en Telecomunicaciones de la facultad de ingeniería de la UBA.

❖ Idioma en que se dicta el curso: Español.

❖ Condiciones de ingreso:

Profesionales Universitarios de carreras de 4 o más años con o sin experiencia profesional, que deseen adquirir o reforzar conocimientos en la Gestión de las Telecomunicaciones y comprender los cambios tecnológicos. Deberán tener una entrevista de admisión con la Dirección de la carrera via web.

También podrá participar de este programa académico aquel que, siendo mayor de 25 años, no sea graduado universitario pero tenga al menos 5 años de experiencia laboral en el campo de las telecomunicaciones y desee beneficiarse con los contenidos del Programa y certificación de módulos no así el diploma. Deberan presentar 2 cartas de recomendación que avalen sus antecedentes.

❖ Información académica

El plan de estudios del ciclo de la Especialización es de un año con un total de 800hs a distancia equivalentes a 400 hs presenciales. Está integrado por un total de 16 cursos en un núcleo y seminarios.

➤ **Materias Núcleo:**

Curso 1 - Introducción a las Telecomunicaciones

Profesor: Ing. Rubén Kustra

Dedicación: 140 hs a distancia equivalentes a 70 hs presenciales
8 semanas

Curso 2 - Regulación e Interconexión

Profesor: Ing. Roberto Door.

Dedicación: 100 hs a distancia equivalentes a 50 hs presenciales.
6 semanas

Curso 3 - Economía

Profesor: Lic. Federico Bunsow

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales.
4 semanas

Curso 4 – Gestión Estratégica

Profesor: Ing. Hector Sambucetti

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 5 - Finanzas

Profesor: Lic. Nestor Fernandez

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales.
4 semanas

Curso 6 - Marketing de las Telecomunicaciones

Profesor: Dr. Ing. Máximo Lema.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

➤ **Ciclo de seminarios.**

Curso 7 - Tecnologías de Información y Comunicaciones

Guillermo Joandet

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 8 - Estrategia de Internet y Comercio Electrónico

Eduardo Torres

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 9 - Gestión de los recursos humanos en el sector de las telecomunicaciones.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales.

Ing. Jaime Herrera

4 semanas

Curso 10 - Redes de Telecomunicaciones

Profesor: Dr. Ing. Gustavo Hirchoren.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 11 – Gestión del Fraude

Profesor: Giovanni Mancilla

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 12 – El cliente

Profesor: Pablo Casanova

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 13 - Servicios Wireless

Profesor: Magíster Ing. Luis Valle.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 14 - Sociedad de la Información

Profesor: Dra. Susana Finquelievich.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 15 - Análisis e Innovación de Procesos

Profesor: Ing. Gabriel Venturino.

Dedicación: 40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
4 semanas

Curso 16 - Dirección de Proyectos
40 hs a distancia equivalentes a 20 hs presenciales
Marcelo Gatto
4 semanas

❖ Título que se otorga. Requisitos para recibirlo.

Diploma en Gestión de las Telecomunicaciones otorgado por el ITBA y la UIT. Una vez aprobado el ciclo lectivo, el alumno tiene hasta 6 meses para completar exámenes complementarios y presentar un Trabajo Integrador sobre tema a acordar con la Dirección del Posgrado y bajo la tutoría de un profesor integrante del cuerpo académico.

Los alumnos podrán recuperar hasta un máximo de 4 asignaturas solo en el ciclo lectivo siguiente

❖ Datos de programación

Comienzo: 3 de abril del 2.006
Finalización: 14 de septiembre del 2.007

❖ Consultas

Instituto Tecnológico de Buenos Aires
Escuela de Posgrado
Avenida Eduardo Madero 399
(C1106ACD) Buenos Aires
Argentina

Sra. Maria del Carmen Fernandez
Tel/Fax. (54 11) 6393 4840
E-mail: posgrado@itba.edu.ar rkustra@itba.edu.ar
www.itba.edu.ar

➤ Contenido tematico.

1.- Introducción a las Telecomunicaciones

Prof: Ing. Ruben Kustra

Objetivo:

El objetivo de este curso es ofrecer a los estudiantes una visión panorámica de los principios fundamentales de las telecomunicaciones y de las redes y sistemas de telecomunicaciones.

Contenido:

- .- Fundamentos básicos de las telecomunicaciones.
- .- Estructura de redes
- .- IP
- .- Aspectos conceptuales de la tecnología IP
- .- Tecnología en la red de acceso
- .- HFC y redes de acceso inalámbricas y de fibra óptica
- .- La revolución en las comunicaciones móviles

Bibliografía:

Kustra Rubèn. Curso a distancia de Telecomunicaciones Básicas. Unión Internacional de Telecomunicaciones. 2003

2.- Regulación e interconexión.

Profesor: Ings. Roberto Door y Ricardo Lannert

Objetivo: Describir las practicas de reglamentación mas importantes en el sector de las telecomunicaciones.

Contenido:

Regulación y Reglamentación de las Telecomunicaciones
Interconexión de Redes de Telecomunicación

El proceso de liberalización en el entorno internacional de las telecomunicaciones. El nuevo marco regulatorio.

Normativa UIT

Autoridades reguladoras nacionales y supranacionales.

La facturación

Servicio Universal. Espectro Radioeléctrico Nuevos Servicios

3.- Economía

Prof. Federico Bunsow

Objetivo:

Destacar aquellos aspectos de la Teoría Microeconómica y de la Teoría Macroeconómica que explican la mayoría de las decisiones tomadas en el contexto de la gestión (management) que debe desarrollarse en ámbitos de información asimétrica.

Contenido:

Primero, se presentan los marcos conceptuales tradicionales que guían los comportamientos individuales (para el caso de la T. Microeconómica) y colectivos (para el caso de la T. Macroeconómica). Luego el análisis se concentra y se transforma en minucioso, cuando se pasa a condiciones de mercados operando bajo información asimétrica. Finalmente, se exploran soluciones conceptuales aplicables bajo marcos regulatorios que afectan la operatoria de las telecomunicaciones.

Tema 1:

Preferencias. Utilidad. Elección. Restricción presupuestaria. Demanda individual. Excedente del consumidor. Preferencias intertemporales.

Tema 2:

Funciones de producción. Curvas de costos. Maximización de ganancias. Oferta individual. Tecnología. Substitución. El Corto Plazo y el Largo plazo.

Tema 3:

El mercado de productos homogéneos. La eficiencia de esos mercados. El intercambio de bienestar entre agentes económicos. Impuestos, subsidios, excedentes y preferencias.

Tema 4:

El mercado de información asimétrica. El monopolio. El comportamiento monopólico. El oligopolio. Teoría de los juegos y su aplicación para la información asimétrica.

Tema 5:

Un modelo de equilibrio general, comenzando con una economía cerrada y expandiéndolo a una economía abierta.

Tema 6:

La importancia de la transferencia intertemporal de "poderes de compra". Mercados con instrumentos financieros (Bonos) y desequilibrios en los sectores reales provocados por dichos instrumentos.

Tema 7:

La importancia del "poder de compra" para la unidad de cuenta de una economía y para los equilibrios macroeconómicos en su sector real. Déficit fiscal. Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos. Movimiento de capitales. Reservas internacionales.

Tema 8:

La vinculación entre todos los sectores y todos los mercados. Los límites al crecimiento de una economía en función de las regulaciones impuestas a los mercados. El futuro de las telecomunicaciones en un posible panorama económico altamente regulado.

Bibliografía:

Varian Hal INTERMEDIATE MICROECONOMICS: A MODERN APPROACH W.W.Norton ISBN 0-393-97370-0

Binger B. Hoffman E. MICROECONOMICS WITH CALCULUS Addison-Wesley ISBN 0-321-01225-9

Skousen M. ECONOMIC LOGIC Regnery Publishers ISBN 0-967-4034-0-5

4.- Gestion Estrategica.

Prof. Ing. Hector Sambucetti.

Objetivo:

El objetivo de este curso, es lograr que los alumnos desarrollen una adecuada comprensión de los aspectos fundamentales que hacen a la *gestión estratégica de las organizaciones*, es decir al conjunto de decisiones y acciones del presente, que determinarán en gran medida, el rumbo y las capacidades de las mismas y por ende sus posibilidades sobrevivir, crecer y desarrollarse en el futuro.

Enfoque:

Para lograr este objetivo se trabajará con los conocimientos, esquemas, modelos y herramientas más avanzadas, así como con las "mejores prácticas" disponibles para llevar a cabo los procesos de *formulación, implantación, evaluación y mejora continua* de las estrategias de negocios.

Se pondrá especial foco en todo lo relativo a la *implantación, evaluación y mejora continua* de las estrategias, ya que existen suficientes evidencias que demuestran que la mayoría de los fracasos empresarios, no se relacionan tanto con lo inadecuado de las estrategias adoptadas, es decir con el proceso de *formulación*, sino con la capacidad real de las organizaciones para *pasar del pensamiento y los planes a la acción y los resultados*, gestionando adecuadamente el proceso de cambio permanente que la realidad actual exige y transformando los objetivos estratégicos en realidades operativas y resultados concretos de manera sistemática.

Contenido:

Módulo 1: Perspectiva general de la gestión estratégica

- La naturaleza de la gestión estratégica

Módulo 2: Formulación de la estrategia

- La misión de la empresa
- La evaluación externa
- La evaluación interna
- Distintos tipos de estrategias
- Análisis y selección de la estrategia

Módulo 3: Implantación de la estrategia

- Desplegando la estrategia hasta el nivel operativo
- Los "mapas estratégicos"
- El Cuadro de Mando Integral
- Alineando la organización con la estrategia para crear sinergias

- Alineando los indicadores de desempeño, las metas y los planes de acción con los objetivos estratégicos

Módulo 4: Evaluación y mejora continua de la estrategia

- Haciendo de la estrategia un proceso continuo
- La realimentación y el aprendizaje organizacional

Módulo 5: Liderazgo ejecutivo para movilizar el cambio

- Gestión estratégica de la implementación del cambio

Bibliografía:

Conceptos de administración estratégica

ISBN 9702604273

Autor: Fred R. David

Editorial Prentice-Hall

Edición 2003

Edición Número 9

Descifrar el Código del Valor

ISBN 8423417867

Autor: Richard E. S. Boulton, Barry D. Libert, Steve M. Samek

Editorial Deusto

Edición 2001

Estrategia competitiva - Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia

ISBN 9682611849

Autor: Michael E. Porter

Editorial C.E.C.S.A.

Edición 2002

Ventaja Competitiva

ISBN 9682607787

Autor: Michael E. Porter

Editorial C.E.C.S.A.

Edición 1997

El Cuadro de Mando Integral

ISBN 8480885041

Autores: Robert S. Kaplan y David P. Norton

Editorial Gestion 2000

Edición 2000

Edición Número 2

Cómo utilizar el Cuadro de Mando Integral
ISBN 8480885610
Autores: Robert S. Kaplan y David P. Norton
Editorial Gestión 2000
Edición 2000

Implantando y gestionando el Cuadro de Mando Integral -
Performance drivers
ISBN 8480887524
Autores: Nils Goran Olve, Jan Roy y Magnus Wetter
Editorial Gestión 2000
Edición 2002

5.- Finanzas

Contador . Nestor Fernandez.

Objetivo:

Mostrar las herramientas de evaluación y análisis que se utilizan en el ejercicio profesional para tomar decisiones de inversión y financiamiento. Se hará especial hincapié en la evaluación de proyectos.

Contenido:

- PROGRAMA SINTÉTICO -

UNIDAD I: Conceptos básicos de matemática financiera y contabilidad gerencial

UNIDAD II: Decisiones de inversión

UNIDAD III: Decisiones de financiamiento

- PROGRAMA ANALÍTICO -

UNIDAD I

Conceptos básicos de matemática financiera y contabilidad gerencial

La función financiera: definición, objetivos, ámbito de aplicación.

Cálculo

financiero aplicado: Operaciones simples: regímenes de capitalización y actualización

a interés simple y compuesto. Tasa de interés nominal y efectiva.

Tasas vencidas

y adelantadas. Tasas aparentes y reales. Operaciones complejas: rentas vencidas y adelantadas. Renta temporaria. Rentas diferidas y asincrónicas. Rentas perpetuas. Actualización y capitalización. Valor actual, valor final y tasa interna de retorno. Sistemas de reembolso de préstamos: sistemas sobre saldo (Francés, Alemán, Americano) y directos (Cargado, Descontado, Promediado). Determinación de la cuota pura y la cuota final. Cálculo del costo financiero implícito. Herramientas de Excel: funciones de Excel aplicables.

Estructura patrimonial y de resultados. Principales cuentas contables. Análisis Financiero: análisis vertical y horizontal, índices de liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad. Punto de equilibrio económico. Leverage: operativo y financiero.

UNIDAD II

Decisiones de Inversión

Introducción: concepto, alcance y limitaciones. Criterios de evaluación y selección de proyectos: período de recupero, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR). Problemas de aplicación: Proyectos mutuamente excluyentes, TIR modificada (reinversión de fondos y TIR múltiple o inexistente), Racionamiento de capital. VAN y TIR no periódicos. Determinación del cash flow: flujo de fondos del proyecto, flujo financiero y flujo del accionista. Herramientas de Excel: funciones de Excel aplicables.

UNIDAD III

Decisiones de Financiamiento

Introducción: concepto, alcance y limitaciones. Cuestiones inherentes a los países desarrollados y en vías de desarrollo. Fuentes de financiamiento: fondos

propios y de terceros, fondos autogenerados y emisión de acciones.
Determinación
de la tasa de descuento para evaluar proyectos de inversión: costo de la deuda,
costo del capital propio, costo promedio ponderado del capital (WACC). Estructura
de financiamiento óptima: límites de endeudamiento y beneficios fiscales versus
dificultades financieras. Otros conceptos: costo de oportunidad y costo marginal.

6.- Marketing de las telecomunicaciones

Profesor: Dr Ing. Maximo Lema

Objetivo:

Desarrollar los principios fundamentales de la Mercadotecnia, sus aplicaciones, y su reciente desarrollo. Además se desarrollaran aplicaciones del Marketing en el ámbito del mercado de las Telecomunicaciones, a través de numerosos ejemplos y casos de estudio.

Contenido:

Se presentan los conceptos base para la construcción de una Teoría del Marketing, como así también las variables del entorno externo e interno de la empresa. A partir de estos conceptos, se desarrollan con el método del análisis de casos las aplicaciones de la teoría del marketing en el ámbito de las Telecomunicaciones.

Primera Parte. Situación del Marketing

1. El Marketing en la Organización
2. El Ambiente del Marketing
Proveedores, Competidores, Empresa, Clientes
Grupos de Interes, Macroambiente, Ejemplos del Sector
Comunicaciones e Informatica
3. La Demanda
Conducta de los compradores
Factores en la decisión
Factores psicologicos
Proceso de decisión de compra
Satisfacción y dinámica
4. Los Mercados
Tipos de Mercado / Analisis
Segmentacion Tradicional
Segmentacion Vincular

Segunda Parte. La Mezcla del Marketing: PLIP

5. Productos: Ciclo de vida, Envases, Marcas, Ejemplos de Productos de Comunicaciones
6. La Variable Precio: Elasticidades, Punto de Equilibrio. (Apunte HBS Pricing Design and Implementation Diferentes estrategias en la fijación de precios. Precios en Mercados Imperfectos (Monopolios)
7. La Impulsion: Modelo Comunicacional, Mensajes, Medios, Mediciones, Diseño de Campañas Ejemplos.
8. La Logística: Formas de llegar al cliente, Fuerza de Ventas, Sistemas de Incentivos.
9. Aplicaciones. Método de Análisis de Casos para los temas 4,5, 6 y 7
10. Conclusión: Una visión globalizadora del problema. La toma de decisiones y el Marketing. Los sistemas de información de Marketing.

Bibliografía:

Philip Kotler: Dirección de Mercadotecnia. Ed. Prentice Hall.
 Pricing: Design and Implementation HBS Prof. Dolan and Simon.
 What is Marketing. HBS Prof. Bonoma and Kosnik.
 Alberto Wilensky: Marketing Estratégico. Ed. Fondo de Cultura Económica.
 Bibliografía complementaria:
 Thomas Nagle y Reed Holden: Estrategia y tácticas para la fijación de precios. Ed. Granica.
 Levy: Marketing Avanzado. Ed. Granica.

7.- Tecnologías de Información y Comunicaciones.
Guillermo Joandet.

Objetivo:

El curso está orientado a proporcionar una visión global e integradora de las tecnologías actuales de los sistemas de información y su aplicación en los procesos empresariales

Contenido:

1. Arquitectura de sistemas de información.

- Arquitectura funcional de sistemas de información.
- Arquitectura tecnológica de sistemas de información.
- Integración e interconexión de sistemas de información.

2. Sistemas de soporte a la decisión y marketing.

- *Datawarehouse* y *Datamining*.
- Cuadros de mandos.
- Sistemas de soporte a e-estrategias de marketing basadas en nuevas tecnologías.

3. Sistemas para gestión de recursos humanos, financieros y compras.

- ERPs.
- B2B.
- Logística y aprovisionamiento.
- *E-learning*.

4. Sistemas de soporte a la producción y gestión de servicios.

- Provisión de servicios.
- Control de calidad de servicios y productos.
- Facturación de servicios.
- Automatización de procesos (*workflow*).

5. Sistemas de soporte a la relación con clientes.

- Sistemas de soporte a la fuerza comercial.
- Sistemas de soporte a la posventa.
- Gestión de clientes (CRM).
- Comercio electrónico (B2C).

6. Mercado de sistemas de información.

- Estructura del mercado de los sistemas de información y dimensiones.
- Principales actores.
- Contratación de proyectos de sistemas de información

Bibliografía:

. - APLICACIONES INFORMATICAS

de RESINO MINAYO, CARLOS y ENA VENTURA, BELEN

Editorial: THOMSON PARANINFO, S.A. 2003

.- INFORMATICA APLICADA A LA GESTION AVANZADA: MANUAL PRACTICO

de VV.AA..Editorial: 2003

8.- Estrategia de Internet y comercio electrónico

Eduardo Torres

Objetivos:

Estudiar el desarrollo de los diversos negocios relacionados con Internet y el comercio electrónico. Presentar las distintos modelos que se presentan a nivel mundial y local.

Contenido:

Se describe como internet se desarrollo a nivel mundial y local, y se presenta las los distintos tipos de servicio posible desde el punto de vista técnico, comercial y regulatoria.

Se presenta tendencias de los negocios de internet y de comercio electrónico.

TEMA 1: ESTRATEGIA DE NEGOCIOS INTERNET

Crecimiento de los servicios de Internet en el mundo y en argentina.
Distintos modalidades de acceso a Internet en el mundo y argentina.
Regulación de los servicios en el mundo y en argentina.

TEMA 2: SERVICIOS DE VALOR AGREGADO.

Desarrollo de los servicios de valor agregado en internet. Correo Electrónico, Hosting, Housing, Data Centres, ASP, Mensajería unificada, Integración de servicios. Integración con los servicios gíreles.

TEMA 3: COMERCIO ELECTRONICO.

Desarrollo de los servicios de comercio electrónico en el mundo y en argentina. Seguridad, Encriptación, Métodos de Pago. Integración con los servicios financieros sobre internet.

TEMA 4: PUBLICIDAD INTERACTIVA.

Desarrollo del negocio de comunicación interactiva en el mundo y en Argentina. Introducción a Internet como un medio adicional para tener en cuenta al realizar una publicidad. Quienes son los actores en este negocio.

TEMA 5: TENDENCIAS.

De acuerdo a las tendencias de cada uno de los negocios presentados se analizara el surgimiento de nuevas estrategias de negocios.
IV-Forma de Evaluación Prevista: Al final del curso se tomará un exámen de tipo multiple-choice de 40 preguntas."

Bibliografía:

INTERNET COMMERCE METRICS AND MODELS. ISBN 0130281867
Autor JAGANATHAN SRIDHAR
kalman jerry , srinivasan jay
Editorial PRENTICE HALL PTR
Peso 0,80 Kg.Edición 2001, en Rústica
404 páginas
Idioma Inglés

9.- Gestión de Recursos Humanos en el sector de las telecomunicaciones.

Jaime Herrera.

1.- LOS RECURSOS HUMANOS EN EL CONTEXTO DE LA SOCIEDAD

1.1- La actual Sociedad de la Información.

1.2- TRANSICIÓN HACIA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION

1.3- CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1.4- RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS
DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACION.

1. 5- CASO DE ESTUDIO

2.- PERSONAL VS RECURSOS HUMANOS

2.1- MODELOS DE LA FUNCION DE RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS

2.3- CONCEPTO DE GESTIÓN POR COMPETENCIAS

2.4- ALINEAMIENTO DE LOS RECURSOS HUMANOS CON LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

2.5- CASO DE ESTUDIO

3.- LOS RECURSOS HUMANOS EN EL CONTEXTO DEL NEGOCIO

3.1- CULTURA EMPRESARIAL

3.2- ALINEAMIENTO DE LOS RECURSOS HUMANOS
CON LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

3.3- POSICIONAMIENTO DE LOS RESPONSABLES DE
LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

3.4- TENDENCIAS EN LA DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS

3.5- CASO DE ESTUDIO.

4.- LOS RECURSOS HUMANOS EN EL CONTEXTO DE LAS

EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

4.1- LA ORGANIZACIÓN FLEXIBLE

4.2- ASPECTOS GEOGRÁFICOS, DEMOGRÁFICOS,
DE INCORPORACIÓN Y SELECCIÓN

4.3- DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS

4.4- LA ORGANIZACIÓN QUE APRENDE.
ENTRENAMIENTO Y DESARROLLO

4.5- CASO DE ESTUDIO.

5.- RECURSOS HUMANOS Y EL LIDERAZGO PARA EL EXITO

5.1- EL CAMINO AL ÉXITO EN EL SIGLO XXI

5.2- LIDERAZGO PARA EL SIGLO XXI

5.3- LOS ATRIBUTOS DE LÍDER

5.4- NECESIDAD DE JEFATURAS CON LIDERAZGO

5.5- ESTUDIO DE CASO

10.- Redes de Telecomunicaciones.

Profesor: Dr Ing. Gustavo Hirchoren.

Objetivo:

Se presentan al alumno las actuales y las futuras tendencias de las tecnologías de comunicaciones, así como su entorno sistémico de aplicación. Se estudia como se integran las mismas y el desplazamiento que se está viviendo actualmente en el mundo hacia las redes de datos.

Contenido:

Se realiza un profundo estudio de los diferentes tipos de redes, protocolos y tecnologías con un enfoque teórico y práctico.

– Programa analítico.

1- Introducción.

- Distintos tipos de redes de telecomunicaciones.
- Etapas de transición.
- Ventajas de las redes digitales. Integración de la transmisión y conmutación digital.
 - Lazos locales digitales. "Time-compression Multiplexing".
- Cancelación de eco.
 - Red digital de servicios integrados. B-ISDN.

2- Redes de conmutación de circuitos.

- "Circuit Switching".
- Conmutación de tránsito y local.
 - Conmutación por división de espacio. Switches de etapas múltiples. Cálculo de la probabilidad de bloqueo. Técnica de Lee.
 - Conmutación por división de tiempo. Time-slot interchange (TSI).
 - Combinación de etapas temporales y espaciales. Comparación de las arquitecturas TST y STS.

3- Jerarquía digital plesiócrona.

- Ventajas de las jerarquías digitales de multiplexación. Multiplexado por división de tiempo (TDM) versus multiplexado por división de frecuencia (FDM).
 - Descripción de la jerarquía digital plesiócrona. Sistemas de transmisión de 1° orden recomendados por ITU-T. PCM 30+2. PCM 24. Estructura de la trama. Alineación de trama. Señalización. Multitrama.
 - Sistemas de orden superior. Adaptación de velocidades. Justificación. Memorias elásticas. Bits de relleno (bit stuffing). Bits de información de relleno. Alarmas. Estructura de las tramas de 8, 34, 140 y 565 Mbps.
 - Codificación de línea. Códigos de línea recomendados por ITU-T.

- Monitoreo de la performance. Objetivos de calidad según ITU-T.

4- Jerarquía digital sincrónica.

- PDH versus SDH. Concepto de "layering" y "overheads".
- Estructura de la trama STM-1. Trama STM-n.
- Punteros y sincronización (justificación de puntero).

Características de la transmisión digital sincrónica.

- Proceso de estandarización de la transmisión digital sincrónica: SONET, SDH.

- Estructura de multiplexado sincrónico. Elementos de señal que forman dicha estructura: contenedor, contenedores virtuales, unidad tributaria, grupo de unidades tributarias, unidad administrativa, grupo de unidades administrativas, módulo de transporte síncrono.

- Overheads: overhead de sección de regenerador, overhead de sección de multiplexor, path overhead.

5- Redes de conmutación de paquetes. X.25

- "Packet switching".
- Estructura interna de las redes de conmutación de paquetes.

Circuitos virtuales. Datagramas.

- Ruteo. Características. Distintas estrategias de ruteo y sus aplicaciones.

- Control de congestión. Técnicas "stop and wait" y "sliding window".

- Control de error: "go-back-N ARQ" y "selective-repeat ARQ".

- Modelo OSI.

- Protocolo X.25. Nivel físico. Nivel de enlace: operación del protocolo LAP-B. Nivel de red: circuitos virtuales permanentes y conmutados (PVC y SVC).

6- Redes de conmutación rápida de paquetes. Frame Relay.

- "Fast packet switching".

- Servicios bearer modo frame. Protocolo Frame Relay y servicios: arquitectura del protocolo modo Frame.

- Ventajas comparativas de Frame Relay respecto a X.25.

- Protocolo LAPF. DLCI. Bit DE y su aplicación.

- Control de llamadas en modo Frame. CIR. Bc. Be

- Congestión en redes Frame Relay.

- Métodos para control de congestión (explícitos e implícitos).

BECN. FECN. CLLM.

- Verificación de integridad del enlace usuario-red: LMI, ANSI Anexo D, Q.933.

- Aplicaciones de Frame relay. Integración de voz y datos sobre Frame Relay.

7- Redes de banda ancha. ATM. MPLS.

- Redes de banda ancha. Características de distintos tipos de tráfico. Requerimientos. Arquitectura.

- Modo de Transferencia Asíncrono (ATM).

- Modelo de referencia del protocolo B-ISDN. Plano de usuario, plano de control, plano de management.

- Niveles jerárquicos de OAM. Flujo y utilización de celdas OAM F1, F2, F3, F4, F5.

- Capa física. Transmisión de celdas ATM: interface basada en celdas, interface basada en SDH.

- Capa ATM: trayectos virtuales y canales virtuales.

- Capa de adaptación ATM. Sublayers CS y SAR. Protocolos AAL1, AAL2, AAL3/4 y AAL5.

- Técnicas de control de tráfico y de control de congestión en redes ATM.

- Control de admisión de conexión (CAC). Contrato de tráfico.

- Descriptores del tráfico ofrecido: PCR, SCR, MCR, CDVT.

- Parámetros de calidad de servicio (QOS): CLR, CTD, CDV, CER,

SECBR, CMR.

- Control de parámetros de uso (UPC). Algoritmo de tasa de celdas genérico. "Leaky bucket algorithm".
- Servicios CBR, VBR-RT, VBR-NRT, ABR, UBR.
- "Multiprotocol label switching" (MPLS). Concepto y aplicaciones.

Bibliografía:

- ISDN AND BROADBAND ISDN WITH FRAME RELAY AND ATM / STALLINGS, WILLIAM. -- NEW JERSEY: PRENTICE HALL, 1999. ISBN 0-13-973744-8

- COMPUTER NETWORKS / TANENBAUM, ANDREW S. -- NEW JERSEY: PRENTICE HALL, 1996. ISBN 0-13-349945-6

- DIGITAL TELEPHONY / BELLAMY, JOHN. -- NEW YORK: JOHN WILEY SONS, 1991. ISBN 0-471-62056-4

11.- Gestión del Fraude

Profesor: Ing. Giovanni Mancilla

Objetivo:

1. PRESENTACIÓN DE LOS PARTICIPANTES.
2. DEFINICIÓN DE FRAUDE – DIFERENTES TIPOS DE FRAUDES EN CADA UNO DE LOS PAÍSES ORÍGEN DE LOS PARTICIPANTES (DOCENTE - PARTICIPANTES).
3. DEFINICIÓN DE FRAUDE EN TELECOMUNICACIONES
4. IMPACTO Y EFECTOS DEL FRAUDE EN TELECOMUNICACIONES.
5. CAUSALIDAD DE LOS PRINCIPALES FRAUDES EN TELECOMUNICACIONES.
6. PRINCIPALES LIMITACIONES PARA ATACAR EL FRAUDE EN TELECOMUNICACIONES (JURÍDICAS, TÉCNICAS, ECONÓMICAS, REGULATORIAS, INTER-ESTADOS)
7. HISTORIA DE FRAUDES EN TELECOMUNICACIONES.
8. DIVISIÓN DEL FRAUDE EN TELECOMUNICACIONES ACORDE CON LA INTENCIÓN DEL QUE COMETE EL FRAUDE.
 - a. Fraudes con intención de no o que un tercero pague por el consumo.
 - b. Violar el régimen normativo y/o regulatorio de cada país.

- c. Uso de las plataformas de telecomunicaciones como motor para la comisión de otros tipos de fraude.
 - d. Fraudes en contra de los usuarios por parte de sus operadores de telecomunicaciones.
9. PROPUESTA PARA TRATAMIENTO DEL FRAUDE EN LAS COMPAÑÍAS DE TELECOMUNICACIONES.
 - a. Diseño y responsabilidad de las áreas de fraude.
 - b. La prevención el principal objetivo a perseguir para mitigar los efectos del fraude.
 - c. Entendimiento del entorno de cada prestador de servicios.
 - d. Identificación de posibles puntos vulnerables en la prestación del servicio de cada operador de telecomunicaciones.
 - e. Estudio de impactos por tipo de fraude para priorizar la reacción de la compañía.
 - f. Diseño de pruebas y puntos de medición para ver los tipos de fraude que afectan a mi entorno.
 - g. Estudio de las formas de comisión de los fraudes.
 - h. Diseño de posibles puntos de medición y control.
 - i. Desarrollo de las herramientas adecuadas para medir y establecer puntos de control en cada uno de los puntos vulnerables.
 - j. Diseño e implementación de procesos que ataquen, automaticen, minimicen y responsabilicen a cada uno de los actores dentro de la compañía con su papel en la mitigación del fraude.
 10. ESTUDIO DEL ENTORNO NORMATIVO Y REGULATORIO DE CADA PAÍS DE LOS PARTICIPANTES. (INVESTIGACIÓN ESTUDIANTES).
 11. GENERACIÓN DE SINERGIAS CON ACTORES DEL SECTOR PARA COMPARTIR INFORMACIÓN QUE PERMITA MINIMIZAR LOS EFECTOS DEL FRAUDE (ALIANZAS CON OPERADORES DE LA REGIÓN, ENTES DE CONTROL, VIGILANCIA).
 12. PARTICIPACIÓN EN LA GENERACIÓN DE LEYES QUE CASTIGUEN EL FRAUDE EN TELECOMUNICACIONES COMO HERRAMIENTAS EFECTIVAS PARA MINIMIZAR Y CONTROLAR LOS FRAUDES.
 13. PARTICIPACIÓN DE ORGANISMOS INTERNACIONALES DE ALTO NIVEL QUE BUSQUEN BEST PRACTICES, LEGISLEN NORMATICEN Y/O RECOMIENDEN MEJORES PRÁCTICAS EN PRO DE MINIMIZAR LOS EFECTOS DEL FRAUDE. (CITEL-UIT-ACHIET-MERCOSUR-ASETA, CFCA).
 14. PROPUESTAS DE LOS PARTICIPANTES PARA ESTABLECER LAZOS DE UNIÓN Y GRUPOS EXTENDIDOS DE ESTUDIO PARA COMPARTIR EXPERIENCIAS Y BUSCAR IMPLEMENTAR LAS MEJORES PRÁCTICAS EN CONTRA DEL FRAUDE EN CADA UNO DE LOS ESTADOS DE LOS PARTICIPANTES.

12.- El cliente.

Pablo Casanova

El Cliente de Servicios de Telecomunicaciones.

El negocio de la telecomunicaciones y de productos tecnológicos en general, está caracterizado por una constante innovación y ciclos de vida cada vez más cortos. Las empresas que priorizan el enfoque “tech-oriented” en el desarrollo y prestación de servicios, incrementan sus posibilidades de fracasar en su despliegue.

El marketing relacional tiene especial sentido en mercados maduros y saturados, en los cuales la empresa tiene dificultades para ampliar su base de clientes. Haremos hincapié en la complementariedad de los conceptos de “satisfacción del cliente” (marketing tradicional) y “relación de colaboración cliente/proveedor” (marketing relacional), por considerarlas variables clave en la gestión de la empresa y su rentabilidad.

La presentación ordenada de los conceptos nos ayudará a entender la problemática planteada y delinear con mayor criterio una metodología para medir la satisfacción de los clientes y eventualmente diagnosticar e implementar planes de acción correctivos sobre los procesos críticos de la organización.

Contenido del programa

Módulo 1. El Sector de las Telecomunicaciones y sus productos.

- Presentación de la problemática del mercado de productos tecnológicos: contexto, productos /servicios de componente tecnológica, el cliente, y los operadores.
- La situación en Argentina: algunos indicadores representativos.

Módulo 2. El Cliente y el Producto.

- Cliente. El comportamiento del consumidor. La valoración de los atributos. La formación de una actitud favorable pre-compra.
- Producto. El producto ampliado. Las ventajas de la visión basada en procesos.

Módulo 3. El proceso de decisión de compra.

- El proceso individual de adopción. Resistencias a los cambios y otras barreras a la adopción.
- El proceso grupal de difusión de una innovación. Algunos modelos de análisis: Bass, Rogers y Gladwell.

Módulo 4. Marketing Relacional

- Los ejes principales del Marketing Relacional: la gestión de las relaciones colaborativas. Los momentos de verdad.
- El timing adecuado de las estrategias de marketing en relación al ciclo de vida del producto.

Módulo 5. El conocimiento del Cliente y la comunicación eficiente.

- La información bidireccional. La recolección de la información del cliente. Información y conocimiento.
- La comunicación y la persuasión (Racional / Emocional). La manera adecuada de informar.

Módulo 6. El Cliente satisfecho

- La Satisfacción del cliente: expectativas y rendimiento de la prestación. La formación de una actitud favorable post-compra.
- La medición de la satisfacción: análisis de los shares y de las probabilidades de transición entre marcas. Tasa de fidelidad. La detección de clientes insatisfechos y la gestión de reclamos.
- Captación, recuperación y retención de clientes. Reducción del churn (programas de fidelización).

--O--

13.- Servicios wireless

Profesor: Ing Magíster Luis Valle

Objetivos:

Estudiar la convergencia, los servicios móviles, los distintos tipos de acceso inalámbrico y los servicios wireless multimedia. Presentar en forma organizada todos los servicios inalámbricos que se brindan en la actualidad a nivel mundial, los que se planifican para el futuro y especialmente los que se brindan en la Argentina y cuáles son posibles desde el punto de vista regulatorio.

Contenido:

Se analizan y evalúan todos los tipos de servicios inalámbricos posibles en la actualidad, fijos y móviles, de banda angosta y banda ancha, públicos y privados, en bandas de radio licenciadas y en bandas libres, y en frecuencias ópticas. Se comparan situaciones

regulatorias y experiencias de operadores en distintas partes del mundo con los de la Argentina.

Se muestra cómo las tecnologías inalámbricas eliminan el cuello de botella del acceso permitiendo implementar plenamente los servicios de banda ancha. Se analiza su importancia en la introducción rápida de competencia en mercados que se desregulan.

Se estudian las consecuencias de la convergencia entre servicios de telecomunicaciones y de radiodifusión, las de la introducción de servicios interactivos y de banda ancha móviles, el requerimiento de nuevas regulaciones y las distintas formas de asignar el recurso escaso espectro radioeléctrico.

TEMA 1: INTRODUCCION.

Servicios Multimedia. Servicios Multimedia Inalámbricos. Causas de su Desarrollo. Internet. Brecha Digital. Tecnologías de Acceso. Propiedades del Espectro Radioeléctrico. Sistemas Fijos Y Móviles. Clasificación de los Sistemas Inalámbricos de Banda Angosta y Banda Ancha.

TEMA 2: SISTEMAS DE BANDA ANGOSTA MOVILES TERRESTRES.

Sistemas Celulares de 1G y 2 G. Datos Móviles. Paging. Trunking. Bandas de Frecuencia. Sistemas PCN y PCS. Regulación Argentina: SRMC, STM, SRCE, Servicio de Comunicaciones Personales-PCS, SAP, SAPB. Internet Móvil. WAP e I-Mode. Telemetría Inalámbrica. Mensajería Unificada. Telemática. Servicios de Localización. M-Commerce.

TEMA 3: SISTEMAS SATELITALES DE ORBITA BAJA.

Sistemas Little LEOs. Orbcomm. Sistemas Big LEOs. Globalstar. Iridium. Sistemas MEOs. ICO. Telepuertos. Satélites. Terminales. Bandas de Frecuencias. Ventajas y Aplicaciones. Acuerdos Internacionales.

TEMA 4: SISTEMAS GEOESTACIONARIOS DE BANDA ANGOSTA.

Inmarsat. Super GEOs. Sistemas Garuda y Thuraya. Ventajas y Aplicaciones. Satélites. Terminales. Bandas de Frecuencias. Proyecto Tuyusat en Argentina.

TEMA 5: SISTEMAS INALAMBRICOS PARA SERVICIO FIJO DE BANDA ANGOSTA (WLL). Tipos. Aplicaciones. Diferencias con los Sistemas Móviles. Servicio en Zonas Rurales. Aplicación de Tecnologías Celulares y Tecnologías Propietarias. Bandas de Frecuencias. Legislación Argentina: AISBT. Sistemas "Cordless". Sustitución Fijo-Móvil.

TEMA 6: SISTEMAS CELULARES DE BANDA ANCHA

Generaciones Celulares 2,5 G; 3G y 4 G. GPRS. Evolución. Servicio Multimedia Messaging Service (MMS). Compartición de Infraestructuras. Operadores Móviles Virtuales (MVNO). UMTS. IMT-2000. Estándares. Aplicaciones.

TEMA 7: SISTEMAS EN BANDAS NO-LICENCIADAS

Utilización de Bandas No-Licenciadas. Redes de Area Local Inalámbricas (WLANs). Redes de Area Extendida Inalámbricas (WWANs). Pico LANs. Bluetooth. Estándar Wi-Fi. Hot-Spots. Operadores Públicos en Bandas No-Licenciadas.

TEMA 8: SISTEMAS ULTRAWIDEBAND (UWB)

Concepto. Aplicaciones. Bandas utilizadas. Comparación con WLANs en bandas No-Licenciadas.

TEMA 9: SISTEMAS PUNTOMULTIPUNTO.

Acceso Fijo de Banda Ancha. Aplicaciones Según las Bandas de Frecuencias. Disponibilidad Según los Países. LMDS. DEMS. MMDS. MVDS. LMCS. Comparación Arquitecturas Punto Multipunto y Mesh. Wireless Fiber. Estándar Wi-Max. Subastas de Frecuencias. "Beauty Contests". Autoinstalación. Sistemas Near Line Of Sight (N-LOS). Esquemas de las Bandas Disponibles en Argentina.

TEMA 10: SISTEMAS OPTICOS EN EL ESPACIO LIBRE (Free Space Optics o FSO).

Ventajas y Desventajas. Aplicaciones. Configuraciones posibles.

TEMA 11: TELEVISION DIGITAL INTERACTIVA TERRESTRE

Estándares de Transmisión. Convergencia Telecomunicaciones-Broadcasting. Servicios Posibles. Datacasting. T-Commerce. PC DTV. Implantación de la TV Digital en Brasil.

TEMA 12: SISTEMAS ESTRATOSFERICOS

Plataformas de Gran Altitud (HAPs). Concepto y Aplicaciones. Bandas de Frecuencias. Sky Station. Proyectos HALO y Helius.

TEMA 13: SISTEMAS SATELITALES GEOESTACIONARIOS DE BANDA ANCHA. Conceptos y Aplicaciones. Bandas de Frecuencias Utilizadas. Sistemas en Banda Ka. Starband. Spaceway. Wildblue. Satélites. Telepuertos. Terminales.

TEMA 14: SISTEMAS SATELITALES DE ORBITA BAJA DE BANDA ANCHA.

Concepto y Aplicaciones. Bandas de Frecuencias. Evolución de los Proyectos Mundiales. Skybridge. Teledesic. Satélites. Terminales. Telepuertos.

TEMA 15: SITUACION EN ARGENTINA Y CONCLUSIONES.

Desregulación. Apertura del Mercado. Marco Regulatorio Actual. Consecuencias de la Crisis Económica. Manejo del Espectro Radioeléctrico. Subastas de Frecuencias. Servicios de Radiodifusión Complementarios. Convergencia Radiodifusión-Telecomunicaciones-Information Technology. Comunicaciones Electrónicas. Operadores y Servicios Actuales en Argentina. Conclusiones Finales.

Bibliografía:

"The Regulation Of The Convergent Telecom Industry in Latin America: Argentinean Regulation", Syracuse University, Nueva York, EEUU, Junio de 2002,(<http://web.syr.edu/~iguzmand/ist575rp.doc>)

"Despliegue de Redes Multiservicio en Entornos Urbanos de la Argentina Mediante Enlaces Inalámbricos Punto Multipunto", Revista AHCIENT, Madrid, España, Diciembre de 2001, (<http://www.ahciet.net/REVISTA/89/redes.pdf>)

"La Regulación de los Servicios Wireless en la Argentina", Revista Telecomunicaciones y Negocios (T&N), Buenos Aires, Argentina, Diciembre de 2000,
(<http://personales.ciudad.com.ar/luiseduardovalle/pdfs/TyN.pdf>)

"Wireless Multimedia Services Regulation in Argentina", ITS 2000, Buenos Aires Argentina, Julio de 2000,
(<http://www.its2000.org.ar/conference/valle.pdf>)

"Los Servicios Wireless Multimedia en Argentina", Revista AHCIET, Madrid, España, Junio de 1999,
(<http://personales.ciudad.com.ar/luiseduardovalle/pdfs/AHCIET.pdf>)

"Los Servicios Wireless Multimedia", Revista Comunicaciones Personales, Buenos Aires, Argentina, Enero de 1999,
(<http://www.geocities.com/wm2001ar/>)

"Los Servicios Wireless Multimedia", tesis de Maestría ITBA, Buenos Aires, Argentina, 1997,
(<http://www.geocities.com/wm2001ar/tesis.html>)

Presentaciones efectuadas por el Magister Ing Luis Valle en conferencias nacionales e internacionales entre 1997 y 2003, que se encuentran en <http://www.luis.valle.net.ar>

14.- Sociedad de la información.

Profesor: Dra Susana Finquielevich

Objetivos:

La asignatura está orientada a comprender los procesos sociales, políticos y económicos relacionados con la emergente Sociedad de la Información. Estos serán abordados tanto a niveles micro como macro social. Esto incluye problemas tales como:

- o la producción, transmisión y utilización de conocimientos,
- o la comprensión de los flujos de información en todos los sectores de la sociedad.
- o la identificación y comprensión de los actores que participan de estos procesos (científicos, tecnólogos, empresas, poderes públicos u organizaciones de la sociedad civil), así como de los mecanismos de sus articulaciones, alianzas y oposiciones,

- o el estudio de las políticas públicas dirigidas a la innovación en tecnologías de información y comunicación, su uso y difusión,
- o el estudio de las redes sociales
- o el análisis de las relaciones entre la ciencia, la innovación tecnológica, los actores sociales y el desarrollo socio-económico.

El programa propuesto se orienta a dar cuenta de la complejidad inherente a la relación entre la revolución informacional y la sociedad mediante la articulación de métodos, perspectivas de análisis y teorías provenientes de diferentes disciplinas. Se busca integrar las Ciencias Sociales con las diversas ingenierías, para dar cuenta de las dimensiones reales de la Sociedad Informacional. La búsqueda de una visión integradora de las problemáticas TIC, a través del enfoque interdisciplinario, permite alcanzar un nivel de análisis más adecuado para dar cuenta de la complejidad de las dinámicas socio-técnicas.

Contenido:

1) Aspectos históricos y sociales de la Sociedad Informacional. Historia de la revolución informacional. Espacio de los flujos. Redes sociales, políticas y económicas. El análisis de la relación "ciencia – innovación tecnológica - sociedad". La naturaleza del conocimiento científico: abordajes clásicos y nuevos enfoques.

2) Aspectos políticos de la sociedad informacional. Análisis de las relaciones de la revolución informacional con el Estado y los actores que detentan el poder. El proceso de toma de decisiones en el campo de las innovaciones tecnológicas y los mecanismos de control por parte de la sociedad civil. Los actores sociales en la Sociedad Informacional. La interrelación de los diversos actores en la elaboración de políticas de gobernabilidad usando TIC. La planificación de políticas de innovación tecnológica por parte del Estado.

3) Economía de la tecnología y la innovación tecnológica. Distintos enfoques en la teoría económica de la tecnología de información y comunicación. La economía digital. Las teorías de la innovación. La comprensión del cambio técnico en información y comunicación como un elemento del proceso de producción. El rol de los países en desarrollo. Nuevas tecnologías y su papel en la economía internacional. Teletrabajo. E-commerce. E-business.

4) Planificación y gestión en tecnologías de la Sociedad Informacional.

La Planificación de la innovación tecnológica en el sector de las TIC. La relación entre las políticas públicas y los modelos de

planificación: experiencias históricas y modelos actuales. Herramientas para la planificación y la utilización de las TIC en materia de políticas, y en las instituciones y empresas. Prospectiva tecnológica: evolución futura de las dimensiones tecnológicas de productos, procesos, equipos o servicios intensivos en TIC. La gestión de la investigación y la enseñanza. La planificación del acceso general a las TIC.

Bibliografía: Documentos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones,.

15.- Análisis e innovación de procesos.

Profesor: Ing. Gabriel Venturino

Objetivo:

Analizar los factores principales que intervienen en la gestión de diferentes procesos organizacionales como el desarrollo de nuevos productos, la operación y la administración de procesos relacionados con clientes, desde la óptica de la estrategia y de la innovación.

Contenido:

Estrategias de innovación.

Conceptos básicos de estrategias, análisis competitivo e innovación tecnológica. Ciclos de vida de las tecnologías. Elección de alternativas estratégicas. Protección de la innovación. Colaboración entre empresas para el desarrollo de la innovación. Ventajas competitivas en sectores de alta tecnología. Posicionamiento competitivo y la valorización de la innovación. Innovación y cambios de procesos. Reingeniería. Benchmarking.

Organización para la innovación.

Estructura de las organizaciones para el desarrollo de procesos y productos. Modelo de proceso para desarrollo de nuevos productos. Organización y liderazgo de proyectos para desarrollos y cambios. Administración del conocimiento: procesos de comunicación y transferencia de conocimientos.

Técnicas operativas para el desarrollo.

Análisis de valor. Análisis de la calidad. Reducción de tiempos. Técnicas de previsión tecnológica. Evaluación económica de proyectos de innovación y análisis del riesgo.

Técnicas operativas para la gestión.

Principios y tendencias en la gestión de las operaciones: calidad, tiempo de respuesta, administración de recursos. Administración para la calidad y la excelencia. Gestión de clientes, recursos de sistemas disponibles.

Bibliografía:

La gestione dell'innovazione. Maurizio Sorbero. Carocci editore. 2000
Contemporary strategy analysis. Concepts, techniques, applications. Robert Grant. Oxford Blackwell. 1999
Technology management handbook. Richard Dorf. CRC Press – IEEE Press. 1999
World class telecommunications service development. Ellen Ward. Artech House. 1998.

16.- Dirección de proyectos.

Marcelo Gattò

Objetivo:

Dotar a los alumnos de los conocimientos y competencias necesarias para la efectiva Dirección de Proyectos de Empresas de Telecomunicaciones.

Al finalizar el dictado de la materia los alumnos estarán en condiciones de:

- Identificar y comprender la importancia de la Dirección de Proyectos.
- Identificar y conocer sus principales variables y dimensiones de intervención.
- Conocer y aplicar conceptos, herramientas y metodologías de trabajo relacionadas con la efectiva dirección de proyectos.
- Dada un proyecto concreto, distinguir la aplicabilidad y alcance de las distintas herramientas orientadas a la efectiva dirección del proyecto de telecomunicaciones.

Contenido:

UNIDAD 1: Introducción a la Dirección de Proyectos

Visión general. Proyectos en empresas de telecomunicaciones
Proyecto. Definición y características. Procesos básicos . Definiciones y enfoques.

Competencias y recursos necesarios. Grupos y equipos de trabajo
Planificación, Ejecución y Control del proyecto. Inicio y Cierre del Proyecto.

UNIDAD 2: Gerenciamiento del Alcance del Proyecto

Contexto del Proyecto. Definición y verificación del alcance. Gestión de los cambios.

Ciclo de vida del proyecto. Requerimiento del Proyecto y requerimiento del Negocio.

Análisis de casos.

UNIDAD 3: Gerenciamiento del Tiempo del Proyecto

Definición de las actividades y procesos. Interrelación.

Herramientas. Concepto de entregable y relación con el avance del proyecto.

Problemas en la estimación de tiempos. Proyectos con fecha de cierre fija.

UNIDAD 4: Gerenciamiento de los Costos del Proyecto

Recursos y estimación de costos. Planificación de recursos. Presupuestación y Control de costos.

Relación con otras dimensiones de la Dirección del Proyecto. Estimación del costo del riesgo contingente. Técnicas para la gestión de Costos.

UNIDAD 5: Gerenciamiento de los Riesgos del Proyecto

Plan de Administración de Riesgos. Identificación y Análisis cuali/cuantitativo de los riesgos

Respuesta al Riesgo. Control y seguimiento

UNIDAD 6: Gerenciamiento de la dimensión humana del Proyecto

Grupos y Equipos. La dimensión organizacional.

Competencias necesarias para un equipo proyecto de alto rendimiento.

Liderazgo. Comunicación. Negociación y Resolución de conflictos

Aprendizaje y cultura en un equipo de proyecto.

Estructura y gestión de equipos en un contexto de proyecto.

UNIDAD 7: Gerenciamiento de la Calidad del Proyecto

Introducción. Impacto de la calidad en los proyectos

Administración . Planificación y Control de la calidad

UNIDAD 8: Gerenciamiento de las Comunicaciones del Proyecto

Comunicación El equipo de proyecto como un todo comunicante

Diseño y planeamiento de las Comunicaciones.

Distribución de la información vertical y horizontal. Cierre administrativo

UNIDAD 9: Gerenciamiento de las Contrataciones del Proyecto

Compras y Contrataciones. Especificaciones y Ofertas. Utilidad del RFI y RFP.

Planificación. Selección de Ofertas. Administración y cierre de contratos.

UNIDAD 10: Taller de Integración

Análisis y discusión de un caso

Bibliografía:

DIRECCIÓN DE PROYECTOS EN LAS ORGANIZACIONES,

J. Davidson Frame (Ed. Granica)

ISBN: 8475776477.
