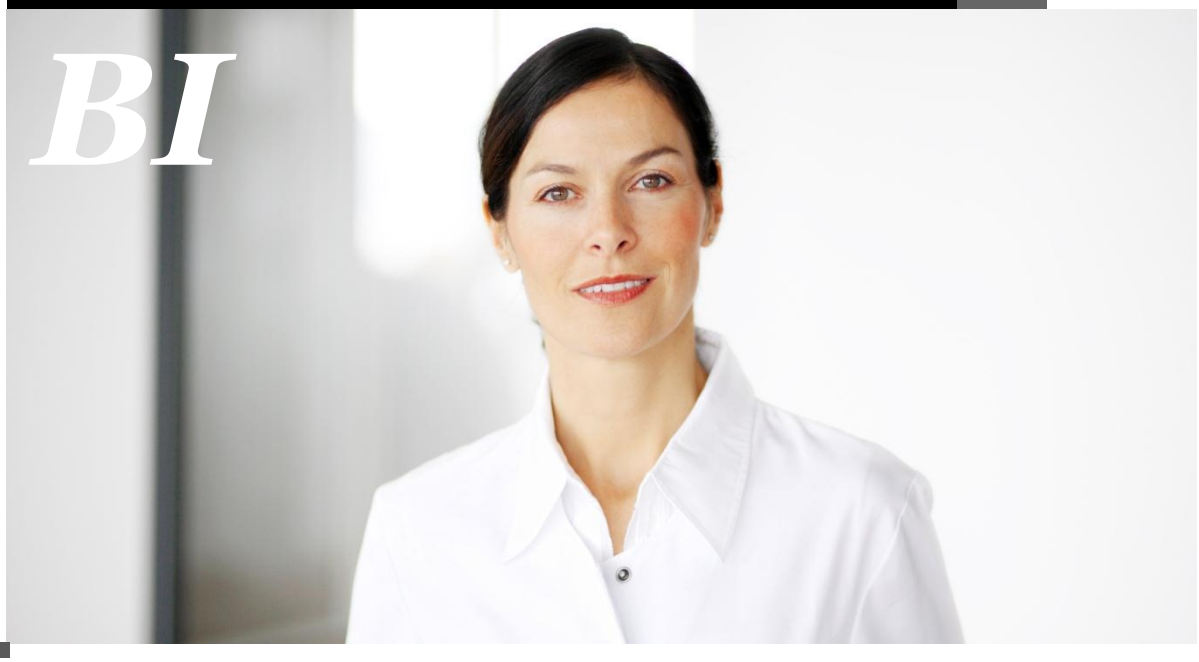
www.pwc.com/interamericas

# *Business Intelligence Básico*

## *La Inteligencia de Negocios como estrategia en la organización*




pwc

*Nuestros conocimientos aplicables y prácticos*

**Dirigido a** directores, gerentes, analistas y estrategas de negocio interesados en incorporar o mejorar la práctica de Inteligencia de Negocios en sus organizaciones.

**Objetivo general** Familiarizar a los participantes con el tema de la Inteligencia de Negocios, ofreciéndoles una visión integral de la importancia que tiene en el entorno actual y cómo utilizarla como herramienta estratégica para alcanzar los objetivos de la organización.

Inversión de 470 USD más ITBMS por participante.
Incluye certificado, material y refrigerio.

Martes 22, miércoles 23 y jueves 24 de febrero de 2011 | De 5:30 p.m. a 8:30 p.m. cada día | Hotel Four Point Sheraton Panamá | World Trade Center Marbella.

# *Contenido*

**Introducción y Diagnóstico**

*El participante conocerá en que nivel de madurez esta ubicada su empresa basado en el modelo de evolución de la información.*

**Modelo de Evolución de la Información**

*Se explicara el modelo de evolución de la información y los pasos para maximizar su valor, como activo estratégico de las organizaciones.*

**Historia y Antecedentes de Inteligencia de Negocios**

*Se transmitirá cual ha sido la evolución de los sistemas de información y como se han aplicado para apoyar a las empresas en la toma de decisiones.*

**Presentación de Resultados del Diagnostico**

*Se presentara un resumen de los resultados y a través de dinámicas de grupos se discutirán los resultados.*

**Inteligencia de Negocios y sus componentes**

*Se describen que es la Inteligencia de Negocios y sus componentes, arquitectura técnica, conceptos y terminología, distintas áreas de aplicaciones y demostración de distintas soluciones de Inteligencia de Negocios.*

**Beneficios de la Inteligencia de Negocios**

*Se describen los principales beneficios de los sistemas de Inteligencia de negocios, cómo se benefician las organizaciones con ella y cómo plantear el marco estratégico para utilizarla como ventaja competitiva.*

**El nuevo rol de los directores y gerentes en la toma de decisiones – operativa, táctica y estratégica**

Describe los cambios que enfrenta el tomador de decisiones en el nuevo entorno y como las herramientas de inteligencia de negocios apoyan estas exigencias a nivel operativo, táctico y estratégico.

**Casos de Análisis**

*El participante realizara investigaciones sobre casos de éxito a nivel mundial, aplicados a las diferentes industrias. Se llevaran a cabo dinámicas en grupo para analizar y discutir los diferentes escenarios.*

**Las Nuevas Tendencias en Inteligencia de Negocios**

*Se describen la ultimas tendencias en la industria de inteligencia de negocios tales como, Centros de Competencia de Inteligencia de Negocios, Real Time Data Warehouse, Performance Dasboards, otros.*

## Al terminar el módulo

Los participantes conocerán qué es la Inteligencia de Negocios (así como lo que no es), cómo se benefician las organizaciones con ella y cómo plantear el marco estratégico para utilizarla como ventaja competitiva.

© 2011 PricewaterhouseCoopers. Todos los derechos reservados. "PricewaterhouseCoopers" se refiere a PricewaterhouseCoopers Panamá o a la red global de PricewaterhouseCoopers u otras firmas miembro de la red, cada una de las cuales constituye una entidad legal autónoma e independiente.