

IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE AUTOMATIZACIÓN PARA LA FUERZA DE VENTAS Y MERCADEO DE UNA EMPRESA FARMACÉUTICA.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1, Planteamiento del problema.....	2
1.1 Introducción.....	2
1.2 Operación en campo de la fuerza de ventas	6
1.2.1 En oficina	8
1.2.2 En campo	12
1.3 Proceso operativo de empresa farmacéutica	16
1.4 Análisis de la problemática dentro de los procesos de negocio como operativo.....	22
1.5 Requerimientos del sistema de fuerza de ventas, software y hardware	30
CAPÍTULO 2, Marco Teórico.....	38
2.1 Bases de datos relacionales.....	38
2.2 Características, ventajas y desventajas de arquitectura de redes.....	49
2.3 Características, ventajas y desventajas de aplicaciones Web.....	62
2.4 Características, ventajas y desventajas de aplicaciones Oracle	72
2.5 Características, ventajas y desventajas de aplicaciones Cliente Servidor.	79
CAPÍTULO 3, Análisis y diseño del problema	86
3.1 Contexto situacional del problema	86
3.2 Requerimientos generales y particulares de información.....	94
3.3 Recopilación y análisis de información actual.....	99
3.4. Identificación de los posibles módulos del sistema.....	104
3.5 Comparación entre herramientas de solución.	109
CAPÍTULO 4, Implementación y personalización del sistema	129
4.1 Metodologías de diseño.....	129
4.2 Diagramación.....	139
4.2.1 Diagrama de Proceso	149
4.2.2 Diagrama de Entidad – Relación	153
4.3 Diccionario de Datos.....	166
4.4 Diseño y construcción del Back-End.....	179
4.4.1 Diseño y construcción del Front-end.....	199
4.5 Integración y Pruebas del Sistema.....	204
4.6 Obtención de reportes	213
Conclusiones.....	216
Bibliografía	219