

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	109 - Facultad de Economía y Empresa
Titulación	450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados
Créditos	5.0
Curso	4
Periodo de impartición	Primer Semestre
Clase de asignatura	Optativa
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

Breve presentación de la asignatura

Las TIC y su aplicación al Marketing es una asignatura instrumental, optativa que se cursa en el primer semestre de cuarto curso. Esa asignatura debe servir al estudiante como instrumento de ayuda a la gestión eficiente de la información y la comunicación, tanto en su etapa formativa como en su etapa laboral.

El estudiante aprenderá a identificar las características del hardware, el software y las redes informáticas que necesita o necesitará utilizar. Trabajará herramientas informáticas de uso actual; aprenderá a utilizarlas para mejorar su eficiencia profesional, aprovechando su aportación para las relaciones empresariales, y siendo consciente de la necesidad de hacer un uso seguro, ético y legal de los datos informáticos... En particular, entre otras, profundizará en el uso de la hoja de cálculo, el procesador de textos y programas de presentación, herramientas básicas imprescindibles para su desarrollo profesional; trabajará las posibilidades multimedia que ofrecen las aplicaciones actuales; conocerá herramientas que le ayuden en la planificación de proyectos; sabrá cómo publicar y compartir contenidos en la web; desarrollará habilidades para trabajar de forma colaborativa... Por otra parte, adquirirá conocimientos y hábitos dirigidos a un uso seguro, ético y legal de los datos informáticos.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

El estudiante matriculado en esta asignatura debería tener conocimientos sobre el ordenador y sobre el manejo básico del sistema operativo y las aplicaciones de ofimática; en particular, gestión básica de archivos (copiar, borrar, modificar nombre...), manejo básico de un procesador de textos,...

Recursos web:

Se creará una asignatura en el Anillo Digital Docente en la que se inscribirán todos los estudiantes matriculados en la asignatura y que se utilizará como apoyo al proceso de aprendizaje y a la comunicación estudiante-profesor. El profesor dejará disponibles en ella los materiales del curso, anunciará cualquier información relevante que surja sobre la asignatura, utilizará su mensajería para intercambiar información con los estudiantes, etc.

1.3. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura se enmarca entre las asignaturas del Grado de carácter instrumental. Conocer sus contenidos y desarrollar

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

las destrezas tecnológicas que se trabajan en la misma mejorarán el rendimiento del estudiante, tanto en su etapa formativa como en su futuro profesional.

Con esta asignatura tratamos de proporcionar una capacitación práctica al alumno de modo que sepa aprovechar las posibilidades que le proporciona la informática en su entorno laboral y hacer un uso seguro y responsable de las TIC.

Se procurará estimular el razonamiento abstracto y deductivo, destreza indispensable para poder aplicar los conocimientos adquiridos a problemas y situaciones nuevos.

Dentro del contexto del Grado en el que está incluida, esta asignatura tiene un papel fundamentalmente instrumental. Se trata por tanto de una disciplina auxiliar pero indispensable.

1.4. Actividades y fechas clave de la asignatura

La asignatura se desarrollará en las fechas correspondientes al periodo lectivo del primer semestre que apruebe la Universidad de Zaragoza.

El primer día lectivo de la asignatura, se presentará con detalle esta guía docente en el aula.

Las fechas de las dos convocatorias de pruebas globales se anunciarán por los medios habituales de la Facultad con la antelación prevista por la normativa.

2. Resultados de aprendizaje

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1 Utilizar adecuadamente los términos informáticos relacionados con el uso de las tecnologías en su ámbito laboral
- 2 Adaptarse a los continuos cambios tecnológicos y a nuevos sistemas informáticos
- 3 Elaborar documentos digitales de calidad de modo eficiente, integrando información textual, numérica, gráfica... procedente de diversas fuentes. Presentar informes exactos, accesibles y comprensibles, y compartir los resultados según las políticas y procedimientos legales y organizativos
- 4 Realizar tratamiento de datos numéricos, utilizando funciones avanzadas que le permitan crear soluciones generales y flexibles, correctamente diseñadas y formateadas. En particular, gestionar correctamente la información y los datos correspondientes a las tareas de Marketing (resultados de encuestas).
- 5 Utilizar herramientas informáticas como apoyo a la comunicación oral y escrita en la actividad del Marketing. En particular, crear presentaciones digitales personalizadas integrando contenidos multimedia.
- 6 Hacer un uso seguro y responsable de las TIC, siendo consciente de la importancia de garantizar la seguridad informática y el derecho a la privacidad (en particular, asegurar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información y los datos que manejarán en su actividad profesional).

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

7 Utilizar con seguridad redes informáticas, en particular Internet. Utilizar tecnologías de la información y comunicación para realizar (en el presente, o en un futuro durante el ejercicio de su profesión) una búsqueda eficiente de la información necesaria para llevar a cabo sus tareas profesionales

8 Recoger, enviar, compartir y presentar información a través de una red informática. Producir material publicitario y promocional en forma digital (folletos, carteles, panfletos...) y conocer herramientas para la publicación de contenidos en Internet.

9 Evaluar críticamente los sitios accesibles en la red, valorando diferentes aspectos referidos tanto a funcionalidad y contenido como a formato, diseño, impacto o legalidad.

10 Conocer las posibilidades e implicaciones de las redes sociales en el marketing profesional.

2.2.Importancia de los resultados de aprendizaje

Tanto en su actual entorno formativo como en el futuro entorno laboral, el estudiante va a tener que trabajar con información digital. Esta asignatura contribuirá a que adquiera conocimientos y habilidades que contribuirán a que realice una gestión eficiente, correcta y segura de dicha información, y a que sea capaz de producir nueva información de calidad.

3.Objetivos y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

El estudiante deberá manejar asiduamente herramientas informáticas que le ayuden a gestionar la información tanto a lo largo de su formación como, posteriormente, en su puesto de trabajo; además, dichas herramientas informáticas van a ir evolucionando y cambiando. La asignatura está enfocada a proporcionarle las habilidades y recursos necesarios para que sea capaz de desenvolverse eficientemente en el uso de las tecnologías de la información a lo largo de la vida.

En concreto, el estudiante adquirirá habilidades sobre cómo diseñar y desarrollar soportes documentales digitales, trabajar en modo colaborativo y compartir información, mantener datos numéricos actualizados, realizar cálculos y representaciones gráficas, crear presentaciones multimedia de apoyo a una argumentación, intercambiar información entre distintas herramientas ..., y hace un uso seguro y responsable de las posibilidades de la red.

3.2.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

Desarrollar las siguientes **competencias Específicas** :

- Comprender las posibilidades de las TIC para la investigación de mercados.
- Comprender el papel de las TIC en la planificación estratégica del marketing
- Potenciar la aplicación de la creatividad

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

Desarrollar las siguientes **competencias Transversales**

- Capacidad para adquirir y aplicar los conocimientos
- Capacidad para innovar
- Capacidad para gestionar el tiempo
- Capacidades organizativas
- Capacidades comunicativas
- Compromiso ético y calidad
- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación

4.Evaluación

4.1.Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación: Una prueba escrita, una prueba práctica realizada en ordenador y una serie de actividades desarrolladas en el aula o fuera del aula a lo largo del curso.

En **PRIMERA CONVOCATORIA** se seguirá un sistema de evaluación **Global** , consistente en la realización de las siguientes actividades:

- Una prueba escrita , que se realizará en la fecha oficial establecida por el Centro. Consistirá en una serie de preguntas y ejercicios sobre los contenidos trabajados durante el curso. Se evaluará de 0 a 10 requiriéndose al menos un 4 para poder aprobar la asignatura. Esta prueba contribuirá en un 20% a la nota final
- Una prueba en ordenador , que se realizará en la fecha oficial establecida por el Centro. Consistirá en realizar en el ordenador ejercicios similares a los realizados en las clases prácticas, con las herramientas informáticas trabajadas en el curso. Se evaluará de 0 a 10 requiriéndose al menos un 4 para aprobar la asignatura. Este ejercicio contribuirá en un 60% a la nota final
- Una serie de actividades desarrolladas en el aula o fuera del aula a lo largo del curso (resolución de ejercicios, prácticas con aplicaciones, participación activa en clase, preparación y exposición de trabajos...). Este parte contribuirá en un 20% a la nota final

Los alumnos podrán renunciar a esta última parte entendiéndose entonces que la prueba escrita y la práctica incrementarán su peso en la nota final proporcionalmente.

En **SEGUNDA CONVOCATORIA** , se seguirá un sistema Global, cuyas pruebas se realizarán en la fecha oficial establecida por el Centro. Estará integrada por:

- Una prueba escrita , que consistirá en una serie de preguntas y ejercicios sobre los contenidos trabajados durante el curso. Esta prueba se evaluará de 0 a 10, requiriéndose al menos un 4 para poder aprobar la asignatura, y contribuirá en un 30% a la nota final

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

- Una prueba en ordenador realizada en ordenador que consistirá en realizar en el ordenador ejercicios (similares a los realizados en las clases prácticas) con las herramientas informáticas trabajadas en el curso. Esta prueba se evaluará de 0 a 10, requiriéndose al menos un 4 para aprobar la asignatura, y contribuirá en un 70% a la nota final

5. Metodología, actividades, programa y recursos

5.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en la utilización de metodologías activas que exijan la participación del alumno, mediante la propuesta y resolución de ejercicios y problemas, desarrollo y presentación de trabajos, etc. Además, en las prácticas en el laboratorio de informática, el alumno trabajará con el ordenador de forma autónoma siguiendo las pautas indicadas por el profesor con objeto de desarrollar las destrezas y habilidades requeridas por la asignatura.

5.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

Clases teóricas , en las que el profesor combinará las sesiones magistrales con la incorporación de metodologías activas que favorezcan la participación e implicación del estudiante en el desarrollo de la clase

Clases en el laboratorio de informática , en las que el profesor propondrá ejercicios sobre las distintas aplicaciones que el estudiante debe aprender a manejar.

5.3. Programa

PARTE TEÓRICA

Tema 1. Introducción y conceptos fundamentales sobre TIC.

1.1 Las TIC: Definición y evolución histórica.

1.2 Los datos, la información y el conocimiento.

1.3 Las TIC en el Marketing y la comunicación.

1.4 Uso legítimo de programas, datos, información y producciones en el Marketing profesional. Tipos de licencias.

Tema 2. Internet y el Marketing.

2.1 Internet. Servicios Internet. Amenazas en Internet.

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

2.2 Comunidades virtuales. Retos y riesgos.

2.3 Internet como medio de comunicación comercial. Aplicaciones profesionales de las redes sociales en el ámbito del Marketing.

Tema 3. Las TIC y el Comercio Electrónico. Criterios de calidad.

3.1 Empresa tradicional versus empresa online.

3.2 Uso estratégico de las TIC en el Comercio Electrónico.

3.3 Recomendaciones y buenas prácticas en el uso de las TIC.

3.4 El sitio web. Criterios de calidad.

3.5 Visibilidad web. Posicionamiento.

Tema 4. Marco legal: El Marketing, las TIC y la Protección de Datos.

4.1 Derecho a la privacidad. Protección de la intimidad y de la identidad digital.

4.2 Medidas organizativas y técnicas para dar cumplimiento a la LOPD.

PARTE PRÁCTICA

1. Uso avanzado del procesador de textos. Su aplicación en Marketing.

* *Estilos. Índices automáticos.*

* *Formato de documentos.*

* *Ilustraciones.*

* *Bibliografía.*

* *Cartas personalizadas.*

27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

2. Tratamiento de información numérica. Uso profesional de la hoja de cálculo. Aplicación en la actividad del Marketing .

** Análisis de datos, tratamiento de encuestas...*

3. Uso de herramientas para creación de presentaciones digitales. Integración de contenidos multimedia.

4. Edición de imagen.

5. Diseño y creación de publicaciones para el Marketing. (Sobres, etiquetas, trípticos...).

6. Diseño y creación de formularios. Análisis de resultados.

7. Publicación de contenidos en la web.

8. Herramientas para el trabajo colaborativo.

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

El calendario de las sesiones presenciales se hará público en la web del Centro. Las fechas de presentación de trabajos y otras actividades las comunicará el profesor responsable a los estudiantes a través de los medios adecuados.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

[BB: Bibliografía básica / BC: Bibliografía complementaria]

- [BB] [BIBLIOGRAFIA BASICA. Unidades teóricas] - Agencia Española de Protección de Datos. Recomendaciones a usuarios de INTERNET. 2009 Madrid, Agencia Española de Protección de Datos [Ver enlace URL a texto completo]
- [BC] Gosende Grela, Javier. Marketing con redes sociales / Javier Gosende Grela, Fernando Maciá Domene . 1.^a ed. ; 5.^a reimp. Madrid : Anaya Multimedia, 2013
- [BC] Gratton, Sarah-Jayne. De 0 a 100.000 : social media para profesionales y pequeñas empresas / Sarah-Jayne Gratton, Dean Anthony Gratton ; [traductor, Sergio Luis González Cruz]. Madrid : Anaya Multimedia, D.L. 2012
- [BC] Scott Peña, Patricia. Manual imprescindible de Internet, edición 2013 / Patricia Scott Peña. Madrid : Anaya Multimedia, 2013
- [BC] Valdés-Miranda Cros, Claudia. Introducción a la informática, edición 2013 / Claudia Valdés-Miranda Cros . Madrid : Anaya Multimedia, D.L. 2013

Listado de URL

- Recomendaciones a usuarios de Internet / Agencia Española de Protección de Datos[<https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/index-ides-idphp.php>]