27640 - Las TIC y su aplicación al márketing

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
Asignatura	27640 - Las TIC y su aplicación al márketing
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.Objetivos de la asignatura

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 evolucionado 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 hacer un uso seguro y responsable de las posibilidades de la red.

1.2.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 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.

1.3.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 y una hoja de cálculo, destreza en el uso de servicios Internet, ...

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.

2.Competencias y resultados de aprendizaje

2.1.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

Desarrollar las siguientes **competencias Transversales**

- Capacidad para adquirir y aplicar los conocimientos

- Capacidad para innovar

- Capacidad para gestionar el tiempo

- Capacidades oganizativas

- Capacidades comunicativas

- Compromiso ético y calidad

- Actitud de respeto a los derechos y valores y no discriminación

2.2.Resultados de aprendizaje

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).

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.

2.3.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.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

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 3 para poder aprobar la asignatura. Esta prueba contribuirá en un 15% 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 65% 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,...). 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: 20% la prueba escrita y 80% la prueba práctica.

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 3 para poder aprobar la asignatura, y contribuirá en un 20% a la nota final
- 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 80% a la nota final

4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1.Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en la utilización de metodologías activas que exigen la continua implicación del alumno en las clases, mediante la propuesta y resolución de ejercicios y problemas, participación e interacción en todo tipo de actividades (debates, evaluación de aplicaciones...), 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.

4.2.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.

4.3.Programa

PARTE TEÓRICA

Tema 1. Introducción y conceptos fundamentales sobre TIC.

1.1 Las TIC: Definición y evolución histórica.

1.2 Las TIC en la empresa actual. Nuevos retos.

1.3 Las TIC en el Marketing y la comunicación.

Tema 2. Internet y el Marketing.

2.1 Servicios Internet. Amenazas en Internet.

2.2 Seguridad Informática. Recomendaciones y buenas prácticas para un uso seguro de las TIC.

2.3 Calidad Informática. El sitio web. Criterios de calidad. Visibilidad web y posicionamiento.

Tema 3. Marco legal. Uso responsable de las TIC en el Márketing.

3.1 Uso legítimo de información y programas.

3.2 Derecho a la privacidad. Las TIC y la Protección de Datos personales.

La problemática actual

Protección de la intimidad y de la identidad digital.

Implicaciones del Nuevo Reglamento Europeo en materia de Protección de Datos (RGPD)

PARTE PRÁCTICA

1. Uso avanzado del procesador de textos. Su aplicación en Marketing. (*Estilos. Índices automáticos. Formato de documentos. Ilustraciones. Tablas de ilustaciones. Gestión de Bibliografía. Cartas personalizadas)*

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

Marketing (*Análisis de datos, tratamiento de encuestas...)*
2. Uso de herramientas para creación de presentaciones digitales. Integración de contenidos multimedia.
3. Edición de imagen.
4. Diseño y creación de publicaciones para el Marketing. (Sobres, etiquetas, trípticos...).
5. Diseño y creación de formularios. Análisis de resultados.
6. Publicación de contenidos en la web.
7. Herramientas para el trabajo colaborativo.

4.4.Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

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.

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.

4.5.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]