



Nuevas
tecnologías y
Sociedad de la
Información
Grado en Marketing

2018-19



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Nuevas tecnologías y Sociedad de la Información

Titulación: Grado de Marketing

Curso Académico: 2018-19

Carácter: Básica

Idioma: Castellano.

Modalidad: Presencial/semipresencial/online

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Pilar Bernat Sánchez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

a. Competencias

Básicas:

CB1- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Generales:

CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad en cada área específica de conocimiento.

CG2. Compilar, discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.

CG3. Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Idioma moderno y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.

CG4. Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.

CG5. Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

CG6. Capacidad para la evaluación de riesgos, toma de decisiones y planificación de estrategias.

CG7. Capacidad de organización y planificación eficaz del tiempo.

CG8. Demostrar una capacidad crítica y autocrítica.

CG9. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.

CG10. Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.

CG11. Capacidad para utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad.

CG12. Capacidad para la resolución de problemas.

CG13. Organizar y analizar datos comerciales, financieros y estadísticos y extraer conclusiones.

CG14. Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.

CG15. Desarrollar habilidades de aprendizaje que permitan emprender acciones con un alto grado de autonomía.

CG16. Demostrar la capacidad de liderar y gestionar eficazmente proyectos, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

CG17. Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.

CG18. Adquirir un compromiso ético en el trabajo

Específicas:

CE7. Usar correctamente las herramientas y tecnologías de la comunicación aplicadas al marketing.

b. Resultados de aprendizaje

El alumno, al finalizar esta materia, deberá conocer y manejar los nuevos formatos, medios, contenidos y herramientas de trabajo en entornos digitales y multimedia y conocer y aplicar el uso del lenguaje y la terminología propios de las TIC aplicadas al marketing;

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos.

La asignatura profundiza en el análisis de las nuevas infraestructuras de telecomunicaciones, los nuevos formatos, medios, contenidos y herramientas de trabajo con el fin de prepararlos para el posterior desarrollo de su carrera universitaria y de su futura profesión, dentro de los entornos multisistema, multimedia y multiplataforma que configuran la nueva vida y profesión digital.

The subject goes in depth into the analysis of the new telecommunications infrastructures, the new formats, resources, content and tools for working in order to prepare you for the subsequent development of your university studies and your future profession, within the multisystem, multimedia and multiplatform environments which make up the new digital life and profession.

2.1 Contenido detallado

A) SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción a la asignatura y explicación trabajos a realizar a lo largo del semestre
2. Sociedad de la Información. Dónde estamos. Las cinco generaciones, hábitos, costumbres y comportamientos. Cifras relevante
3. Conceptos básicos de tecnologías de la información y la comunicación. Formatos y soportes.
4. La medievización digital. Superar la brecha
5. El milagro del cloud (computación, almacenamiento, virtualización y gestión). Para qué nos sirve en términos corporativos y de protocolo. BD on line
6. La comunicación en red. Pros y contras.

B) TECNOLOGÍA. COMPRENSIÓN Y USO

7. Las grandes redes. Agregación de bandas, la llegada de la 5G y la revolución que trae consigo
8. Estructura, elementos y localización del interlocutor. NFC, Beacons, sistemas biométricos, etc.
9. La penetración en España. Situación internacional.
10. Vida digital. El nuevo lector. Las redes sociales. Usos, modas y polémicas.
11. Relación comunicación entre los equipos en la era Digital.
12. La era de la post-verdad. Las Fake
13. Gestión de crisis. Herramientas. El uso de las RRSS.
14. Consumo de contenidos a la carta. La nueva TV
15. Formatos digitales. El papel frente a la web. La llegada del 8K. Razones para la convivencia.
16. Terminales multiformato, del PC a los wearables, signaling modular, asistentes virtuales.

C) Del BIG DATA a la Inteligencia artificial

17. Una sociedad sensorizada y sin límites.
18. Magnitudes, ejemplos y aplicaciones.
19. Casas inteligentes, ciudades inteligentes, IOT.
20. Recolección de datos. Publicidad y derechos.
21. Servicios personalizados, segmentados y autorizados.
22. Las máquinas aprenden. Machine learning y Deep learning

D) ENTORNO EMPRESARIAL Y LEGAL

23. Software para todo. Aplicaciones corporativas y de marketing.
24. Herramientas de control de impacto.
25. Organismos y leyes nacionales y europeos.
26. La llegada de la inteligencia artificial a la profesión. Asistentes y chat bots
27. Democratización de los sistemas, universalidad, neutralidad y Gobernanza
28. El reparto internacional. Estado de la cuestión

E) PRESENTE Y FUTURO

29. Robótica, holografía, Auto-moción. Realidad Aumentada y Realidad virtual
30. La ética digital, la relación hombre máquina, destrucción laboral y nuevas oportunidades.
31. Emprender. Fintech
32. El quid de la cuestión: La seguridad.
33. De la tecnología a la ciencia. Computación cuántica

2.2 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Las **actividades académicas dirigidas**, que supondrán un 25% de la evaluación final, consistirán en:

- **Trabajo 1 (AAD1): Trabajo en grupo interdisciplinar.** Concebir y desarrollar la idea de una start up, lógicamente con base tecnológica. Análisis de competencia, DAFO, posibilidad real de llevarla al mercado, introducción del plan de comunicación. (Para entregar y exponer a finales de curso). (5%). Inicio en la sesión 1.
- **Trabajo 2 (AAD2): Trabajo por parejas.** Buscar información sobre la post-verdad. Para presentar y debatir en clase a finales de febrero. Analizar si la información afectó a algún colectivo y que hizo el equipo de marketing para afrontar la crisis. Inicio en la sesión 1 (5%)
- **Trabajo 3 (AAD3): Investigación.** Análisis de la sociedad de la información por países y conforme a la estructura establecida en los estudios de población (edades, distribución geográfica, segmentos socio-económico, etc.) (5%) Inicio en la sesión 1. Para entregar el 30 de marzo.
- **Trabajo 4 (AAD4): Documental.** Visionado y resumen de una película de ficción o de tipo documental que verse sobre la actualidad tecnológica o algún hecho relevante que ocurra a lo largo del año, por ejemplo (5%). Inicio sesión 1. Para entregar el 30 de abril.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
	Asistencia y participación en clase	10%
	Prueba parcial	10%
	Actividades académicas dirigidas	30%

	Prueba final presencial	50%
--	-------------------------	-----

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	20%
	Actividades académicas dirigidas	30%
	Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación		Porcentaje
Asistencia y participación en clase		10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)		30%
Examen final o trabajo final presencial		60%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

3.3 Restricciones

Calificación mínima.

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia.

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura.

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante

(Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Del Rivero, M. (2017). *Smart Cities: Una visión para el ciudadano*. Madrid: Editorial LID
- Fundación Telefónica España. (2015). *Sociedad digital en España 2017 (Digital)*. Madrid.
- Fundación Telefónica España. (2015). *Profesiones digitales (Big Data)(Digital)*. Madrid.
- Huidobro, J. M. (2011). *Radiocomunicaciones. Viajando a Través de las Ondas Ciencia Divulgativa*. Creaciones Copyright, 2/2011
- Huidobro, J. M. *Telecomunicaciones. Tecnologías, Redes y Servicios*. Editorial RA-MA
- Isaacson, W. (2014). *Los Innovadores*. Barcelona. Editorial Debate.
- Vergara, M y Huidobro, J.M, *Las tecnologías que cambiaron la historia*. Barcelona: Editorial Ariel (Versión digital gratuita en la sección de publicaciones de la Fundación Telefónica)

Bibliografía recomendada

- Domingo, C. (2013) *El viaje de la innovación*. Barcelona: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID.
- García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos*. Madrid: Planeta
- Harari, Yuval Noah (2016) *Homo Deus Breve historia del mañana*. Barcelona. Debate
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs*. Barcelona: Editorial Debate
- Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores*. Barcelona: Editorial Debate
- Morozov, E. (2012) *El desengaño de Internet*. Barcelona: Ediciones Destino
- Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo*. Barcelona: Ariel
- Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet*. Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google*. Madrid: Editorial Aguilar
- Senor D.(2014) *Start up Nation*. Madrid: Autor Editor
- Suárez, A. (2012) *Desnudando a Google*. País Vasco: Deusto
- Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides*. NJ: Hurs Farm Books, Chatham
- VV.AA. (2016). *La revolución digital*. Madrid: IEE Instituto de Estudios Económicos

- **Otros recursos:**

- <http://www.zonamovilidad.es> (Actualidad tecnológica nacional e internacional)
- <http://www.ontsi.red.es/ontsi/>
- Blogthinkbig.com
- <http://www.techcrunch.com> (Actualidad internacional)
- <http://www.mobileworldlive.com> (Boletín diario de la GSMA)
- <http://www.gsmarena.com> (Actualidad sobre terminales)

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	María del Pilar Bernat Sánchez
Departamento	Periodismo
Titulación académica	Licenciada con grado Geografía e Historia (Historia del arte). Cursos de doctorado. Periodista colegiada por convalidación Escuela de Periodismo.

Correo electrónico	mbernat@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
<p>9 años como docente en varias universidades como profesora de Nuevas tecnologías y Sociedad de la Información o Marketing digital.</p> <p>Nueva experiencia en el entorno de del MOOCs (Coche conectado y autoconducido)</p> <p>Trabajo de investigación entre un grupo cualificado de periodistas, directores de comunicación, empresas de inteligencia artificial y Nebrija para el desarrollo de plataformas periodísticas tecnológicas y de nueva creación.</p>	<p>Licenciada con grado en Historia del Arte. Periodista miembro de la Asociación de la prensa. Diversos cursos de capacitación académica.</p> <p>Docente de contrastada experiencia académica. Especializada en Tecnologías de la Información y la Comunicación, y más concretamente en Telecomunicaciones.</p> <p>Consejera y directora de contenidos de la empresa editora de Telefonía y Comunicaciones, revista decana del sector con casi 22 años de antigüedad. Así mismo, edita desde hace 12 años Zonamovilidad.es; ha abierto un nuevo proyecto de carácter experimental on line: Autoconectado.es y dirige ZonaMediaManager, una joven compañía especializada en la gestión y control de Redes Sociales corporativas y personales.</p> <p>Ha sido reconocida con el Premio Fundación Vodafone de Periodismo 2013, y es invitada habitual en programas de televisión, radio, seminarios, cursos y conferencias tanto en el ámbito nacional como internacional.</p> <p>Ha trabajado en Televisión Española, donde fue Directora de Relaciones Internacionales y de prensa de la Dirección de Deportes; en la Radio Televisión Olímpica (COI) en 1992 (responsable de coordinación de medios en sede JJ.OO.92) y en Prensa Española, entre otros.</p> <p>Directora de comunicación interna y externa durante cinco años para Artemanía, empresa organizadora de ferias de Arte.</p> <p>Así mismo, ha sido asesora y colaboradora en el ámbito de la comunicación para gobiernos extranjeros, grandes multinacionales e instituciones.</p>