



Herramientas TIC
Master Universitario
en Marketing y
Publicidad Digital



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Herramientas TIC

Titulación: Master Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: A distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Santiago Álvarez Rojo

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

CG1.- Aplicar los conocimientos adquiridos en el contexto de las organizaciones y empresas, así como en especial en el campo de la comunicación comercial y el entorno digital.

CG2.- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo.

CG3.- Integrar los conocimientos adquiridos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos sociales, económicos y éticos.

CG4.- Comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan de un modo claro y eficaz tanto a públicos especializados como a los no especializados.

CG5.- Poseer las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos tecnológicos.

CG8.- Demostrar gran sensibilidad 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, impulso de la igualdad de la mujer, 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.

CE11.- Saber implementar, comunicar y presentar eficazmente una estrategia de comunicación manejando correctamente las últimas herramientas tecnológicas para la presentación y difusión de contenidos y campañas y dominar las herramientas digitales que fomentan el trabajo colaborativo y las dinámicas de equipo.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante al finalizar esta materia deberá ser capaz de resolver problemas, tomar decisiones y formular juicios a partir de información incompleta en el campo concreto de la publicidad y la comunicación a través de Internet. Este conocimiento se traducirá y deberá ser demostrado por su capacidad para:

- Crear y desarrollar contenidos de comunicación comercial digital, adecuados a los distintos formatos de publicidad online.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Seminario especializado, de carácter práctico, sobre cómo utilizar las herramientas TIC para la presentación y difusión de contenidos y, también, para la mejora del trabajo colaborativo.

2.3. Contenido detallado

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

En la asignatura se presentan una selección de herramientas que serán de gran utilidad para el alumno. Estas herramientas están dirigidas a:

- mejorar la productividad
- facilitar el trabajo colaborativo
- organizar el consumo de información
- permitir la elaboración y difusión de contenidos

La asignatura se organiza en los siguientes módulos:

Módulo 1: capturar información y elaborar documentos

- 1.- Monosnap: para la captura de pantallazos, realización de anotaciones y grabación de vídeos.
- 2.- Awesome Screenshot: para la captura de páginas web con todo su scroll y realización de anotaciones.
- 3.- Google Docs: elaboración colaborativa de documentos.

Módulo 2: cálculos, presentaciones profesionales y mejorar nuestra seguridad

- 4.- Google Hojas de Cálculo: hoja de cálculo online y colaborativa.
- 5.- Prezi: herramienta para realizar presentaciones profesionales online.
- 6.- LastPass: herramienta para la gestión de contraseñas y mejora de la seguridad en la red.

Módulo 3: gestión del tiempo y organización de eventos profesionales

- 7.- Google Calendar: aplicación online para la gestión de calendario.
- 8.- Doodle: servicio para la organización de eventos enfocado a la coordinación entre los asistentes.
- 9.- Eventbrite: servicio online para la organización de eventos profesionales con venta de entradas y gestión de aforo.

Módulo 4: gestionar fuentes de información y mejorar nuestra productividad

- 10.- Feedly: herramienta para gestionar fuentes o canales de información y consumirla de forma organizada y planificada.
- 11.- Pocket: aplicación para gestionar contenidos de interés que deseamos leer pausadamente.
- 12.- Evernote: para la gestión de contenidos personales y organización de tareas.

2.4. Actividades Dirigidas

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

Las actividades dirigidas consistirán en que el alumno instale y pruebe el manejo de las herramientas vistas durante la asignatura. Para cada herramienta deberá entregar una actividad dirigida. Las actividades dirigidas serán:

- **Actividad dirigida 1:** Monosnap (probar la herramienta)
- **Actividad dirigida 2:** Awesome Screenshot (probar la herramienta)

- **Actividad dirigida 3:** Google Hojas de Cálculo (actividad dirigida para calcular si nos podemos permitir comprar una vivienda calculando la cuota a pagar u otra actividad dirigida similar)
- **Actividad dirigida 4:** Prezi (preparar nuestro CV profesional)
- **Actividad dirigida 5:** Google Docs (probar la herramienta haciendo un trabajo sobre un tema de Marketing de actualidad)
- **Actividad dirigida 6:** LastPass (probar la herramienta)
- **Actividad dirigida 7:** Google Calendar (realizar ejercicio con la herramienta)
- **Actividad dirigida 8:** Doogle (probar la herramienta)
- **Actividad dirigida 9:** Eventbrite (organizar un evento con venta de entradas con la herramienta)
- **Actividad dirigida 10:** Feedly (probar la herramienta)
- **Actividad dirigida 11:** Pocket (realizar ejercicio con la herramienta)
- **Actividad dirigida 12:** Evernote (probar la herramienta)

Para el **trabajo final** el alumno tendrá que grabar un vídeo utilizando la herramienta Monosnap. El alumno elegirá una de las herramientas vistas en la asignatura y deberá preparar un vídeo explicativo del manejo de la misma.

2.5. Actividades formativas

Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 0,7 ECTS (35%). Se incluirá material didáctico por cada una de las asignaturas en el Campus Virtual, además de pruebas online de seguimiento y una prueba online final.

Trabajos/proyectos a desarrollar y presentar por el alumno: 0,9 ECTS (45%). El alumno deberá realizar y entregar a través del Campus Virtual los trabajos y ejercicios prácticos marcados para cada asignatura.

Tutorías: 0,4 ECTS (20%). La asistencia al alumno en tutorías se realizará mediante foros académicos, tutorías individuales vía correo electrónico y tutorías telepresenciales colectivas utilizando herramientas específicas de videoconferencia. Obviamente, el alumno que lo desee y pueda desplazarse, podrá concertar una tutoría presencial personal con el profesor en el Campus de la Universidad Nebrija.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente 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

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	40%

Examen final o trabajo final presencial	50%
---	-----

Convocatoria extraordinaria

La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota del examen final extraordinario y las calificaciones obtenidas por prácticas y trabajos presentados en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, es potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

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.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los 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. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio 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

Caivano, R.M. (2010). Aplicaciones Web 2.0: Google Docs. McGraw-Hill España

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Santiago Álvarez Rojo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Ingeniero en Informática
Correo electrónico	salvarer@nebrija.es
Localización	videoconferencia
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Santiago Álvarez Rojo es un apasionado por las tecnologías web con una sólida experiencia en la construcción de servicios internet y portales.</p> <p>Perteneció al equipo fundador de eresMas, uno de los primeros proveedores de internet (isp) que llegó a ser número uno en tráfico web gracias a sus más de treinta portales. Allí lideró un grupo encargado de desarrollar servicios para el área de marketing (registro único de usuarios, mail-marketing, programa de puntos de fidelización, medición y analítica web) y el área comercial (tiendas online).</p> <p>En 2004 lanzó su propio proyecto: eCliente. Una empresa especializada en la construcción de servicios web para la comunicación online.</p> <p>Más tarde, en 2010, fundó SocialCo, una agencia de comunicación especializada en temas sociales. Hoy SocialCo es una de las agencias más conocidas en el Sector Social.</p> <p>Durante 7 años impartió la asignatura de Programación Orientada a Objetos en el Grado en Informática de la Universidad Carlos III dentro del grupo de Computación Evolutiva y Redes de Neuronas en Inteligencia Artificial.</p> <p>Desde 2012 es profesor asociado de la Universidad Antonio de Nebrija de diferentes asignaturas tanto de grado como de postgrado.</p> <p>Santiago es Ingeniero Informático por la Universidad de País Vasco, Master in Applied Artificial Intelligence por la Universidad de Aberdeen (UK) y Executive M.B.A. por ESADE Business School.</p>
---	--