Las Tics y la comunicación

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO

Másteres Universitarios

Este documento puede utilizarse como documentación de referencia de esta asignatura para la solicitud de reconocimiento de créditos en otros estudios. Para su plena validez debe estar sellado por la Secretaría de Estudiantes UIMP.

DATOS GENERALES

Breve descripción

El objetivo de esta asignatura es dotar al alumno de una necesaria alfabetización digital más allá del uso de las aplicaciones ofimáticas y online más populares. Conocer la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los mecanismos básicos de su funcionamiento y sus estrategias específicas de comunicación, así como el papel estratégico del sector de las TIC, y la aplicación creciente de éstas en los distintos sectores de la economía. Se pretende también capacitar al alumno en el uso de las tecnologías que le permitan introducir proyectos de comercio electrónico, marketing digital, y comunicación online complementarios a los canales tradicionales, y también aplicaciones concretas que le permitan incorporar soluciones basadas en la red de Internet para dar cumplimiento a diversos componentes de la cadena de valor de una organización.

Una vez que el alumno está familiarizado con los conceptos básicos de las nuevas tecnologías de la información y la economía digital, se abordan los principales aspectos teóricos y prácticos relacionados con la aplicación de las TIC en las actividades de comercio exterior e internacionalización de la empresa.

Título asignatura

Las Tics y la comunicación

Código asignatura

102229

Curso académico

2019-20

Planes donde se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA / MBA IN INTERNATIONAL MANAGEMENT

Créditos ECTS

1

Carácter de la asignatura

OPTATIVA

Duración

Cuatrimestral

Idioma

Castellano e Inglés

CONTENIDOS

Contenidos

1 - INTRODUCCIÓN AL MEDIO *ON-LINE*, EL MEDIO Y LOS USUARIOS

- Evolución del modelo de presencia en Internet
- Internet en términos estadísticos
- El nuevo usuario prosumers e influenciadotes

2 - CONOCER Y ENTENDER LOS SOPORTES DIGITALES

- El Internet que se avecina
- Los soportes digitales, Internet más allá del web
- La tecnología ubicua, nuevos escenarios y usos de las TIC

3 - EL "HOW TO"

- Métricas e investigación de usuarios
- Arquitectura de información y diseño de la experiencia de usuario
- Comunicación y presentación de datos

4 - ASPECTOS LEGALES Y NORMATIVAS

- Normativas de accesibilidad
- LOPD
- LSSI & comercio electrónico

5 - MEDIOS DIGITALES VS MEDIOS TRADICIONALES

- Los derechos de autor y los *Creative Commons*
- La relación entre las TIC y los medios tradicionales

- Los peligros de las TIC

6 – ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN EN EL MEDIO *ONLINE*

- Crear marca en el universo digital
- Tono, percepción y estética
- La gestión de comunidades *on-line*

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y DE FORMACIÓN

Generales

CG1.- Los titulados sabrán aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos, con un alto grado de autonomía, en empresas tanto nacionales como internacionales, sean pequeñas o medianas o empresas de dimensión más multinacional, e incluso en organizaciones no empresariales pero cuya gestión requiera una visión internacional.

CG2.- Los titulados sabrán aplicar las capacidades de análisis adquiridas en la definición y planteamiento de nuevos problemas y en la búsqueda de soluciones tanto en un contexto empresarial de ámbito nacional como internacional.

CG9.- Los titulados deberán dominar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje.

Específicas

CE7.- Manejar plataformas digitales, medios tecnológicos, audiovisuales e informáticos para la búsqueda de información y la comunicación eficaz de los proyectos empresariales.

PLAN DE APRENDIZAJE

Actividades formativas

AF1.- Clases magistrales: desarrollo de contenidos teóricos y de los conceptos de las asignaturas. La clase magistral se define como un tiempo de enseñanza ocupado principalmente por la exposición continua del profesor. Los alumnos tienen la posibilidad de participar, preguntar o exponer su opinión, pero por lo general escuchan y toman notas (8 horas - 100% presencialidad).

AF2.- Clases prácticas: aplicación de contenidos teóricos al análisis de problemas concretos que permiten al estudiante comprender y asimilar los contenidos. Incluyen exposiciones, conferencias con directivos/profesionales expertos en el área o caso de estudio, seminarios, debates y puestas en común con análisis de los contenidos desarrollados en las sesiones teóricas. Se realizan mediante talleres, estudios de casos, resolución de ejercicios y problemas con una participación activa del alumno (4 horas - 100% presencialidad).

AF3.- Trabajos individuales y en grupo: desarrollo de los contenidos teóricos de forma autónoma (búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos e informes, realización de cuestionarios) y su aplicación al estudio de casos, con exposición pública de las conclusiones individualmente o en grupo (5 horas - 5% presencialidad).

AF5.- Trabajo autónomo del estudiante: aquí se considera la actividad del alumno de estudio de la materia, búsqueda de información, análisis y registro, redacción de documentos, diseño de presentaciones, participación en grupos de lectura y el estudio y la preparación de exámenes. Incluye la utilización del campus virtual y la actividad del estudiante en él así como el uso de TICs y herramientas informáticas, realizando diversas tareas como ejercicios de autoevaluación o la participación en foros y la consulta de bases de datos para obtener bibliografía y material documental (5 horas - 0% presencialidad).

Metodologías docentes

MD1.- Clase magistral expositiva: el profesor explica las nociones claves y de vanguardia en la disciplina en cuestión.

MD2.- Trabajo individual de los alumnos: lecturas, informes, notas técnicas, cuestionarios de autoevaluación, y búsqueda de información adicional.

MD4.- Estudios de casos, resolución de problemas y ejercicios prácticos en grupo o individuales: resolución, puesta en común y discusión en clase, mediante seminarios, de casos prácticos elegidos previamente.

MD6.- Conferencias Directivos/profesionales expertos en el área/caso de estudio.

Resultados de aprendizaje

- Disponer de los conocimientos fundamentales para la comprensión crítica de la sociedad de la información y las transformaciones que comporta, y la capacidad de desarrollar una visión estructurada y crítica de las nuevas tecnologías.

- Conocer la importancia estratégica de la aplicación de las mismas, las reducciones de costes y aumento de la eficiencia que pueden proporcionar en la gestión y administración de organizaciones y empresas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Descripción del sistema de evaluación

SE2.- Pruebas de conocimiento: exámenes finales (ponderación mínima 60% y máxima 80%)

SE4.- Evaluación del trabajo individual y, en su caso, de la presentación oral (ponderación mínima 20% y máxima 40%)

PROFESORADO

Profesor responsable

Muyo González, Almudena

ICENCIADA EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN - Rama PERIODISMO - UCM; MÁSTER en INFORMACIÓN ECONÓMICA - UCM.
Responsable de Comunicación de la Dirección de Industria Alimentaria en ICEX España Exportación e Inversiones.

Profesorado

Profesor Responsable de la asignatura