



Herramientas TIC

Máster Universitario
en Marketing y
Publicidad Digital
2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Herramientas TIC

Titulación: Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital

Curso académico: 2023-24

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: A distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dña. Antonella Catucci

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales:

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

Competencias específicas:

- 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

Haber cursado o estar cursando las restantes materias.

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:

Introducción. Escenario laboral post – COVID: La importancia de las habilidades digitales y las herramientas TIC

Módulo 1: Gestión de la información, organización de proyectos y trabajo colaborativo

- 1 - Google Workspace. Trabajo colaborativo en Google Drive (Docs, Sheets, Slides) y Google Sites.
- 2 - Trello. Herramienta para la gestión de equipos y asignación de tareas.
- 3 - Stormboard. Herramienta para la creación en equipo de lluvias de ideas.
- 4 – Slack y Google Chat (Hangouts y Meet). Herramientas para la gestión de la comunicación en equipo

Módulo 2: La presentación de los datos

- 5 - Padlet. Herramienta para la creación de murales, líneas cronológicas del tiempo y/o mapas.
- 6 - Tiki-Toki. Herramienta colaborativa para la creación de ejes cronológicos.
- 7 - Genially. Herramienta para la creación de contenido visual colaborativo: infografías, imagen interactiva, mapas.
- 8 - Flourish. Herramienta para la visualización de información cualitativa y de grandes cantidades de datos.

Módulo 3: Creación, comunicación de propuestas y medición

- 09- Unfold. Herramienta para la creación de reels y diseño de publicaciones en redes sociales
- 10 - Capcut. Herramienta para la creación y edición de vídeos.
- 11- Canva. Herramienta para la creación colaborativa de presentaciones, infografías y diseño de publicaciones en las redes sociales.
- 12 - Metricool. Herramienta para la medición y programación de contenido en redes sociales.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se propondrá al estudiante la realización de ejercicios prácticos con el fin de implementar concretamente la teoría explicada en clase. Este proceso le otorgará la posibilidad de aprender, mediante la metodología ensayo - error, el manejo de las herramientas propuestas.

Las actividades dirigidas serán las siguientes:

Actividad dirigida 1 (10%). Crear una nueva Landing Page para la marca Learn With the Bundle Lab en Google Site. Cada grupo deberá crear una nueva Landing Page para la creación de la submarca Learn with the Bundle Lab Consulting en la que se presentarán los nuevos servicios ofrecidos por el Brand.

Actividad dirigida 2 (10%). *Project Management*. Definición de los objetivos, asignación de tareas y organización general del trabajo final en Trello y Slack. Cada grupo deberá de ejecutar las acciones mencionadas con el fin de preparar y organizar el trabajo fin de curso (Estrategia de comunicación en Instagram) para la promoción de la nueva submarca Learn with the Bundle Lab Consulting El objetivo último de la actividad propuesta es aprender a manejar correctamente las herramientas Trello y Slack.

Actividad dirigida 3 (20%). Diseño gráfico, creatividades y vídeo en Canva y Unfold o Capcut. Cada grupo deberá realizar tres acciones: diseño del feed, destacados, post y reel para Instagram para la implementación de la estrategia de comunicación en IG con el fin de promover la nueva submarca Learn with the Bundle Lab Consulting. El objetivo último de la actividad propuesta es aprender a manejar correctamente la herramienta Canva, Unfold y/o Capcut.

Para el **trabajo final** los estudiantes trabajarán en grupo. La tarea a realizar consistirá en diseñar, implementar y medir (de forma ficticia) la estrategia de comunicación en Instagram para para la promoción de la nueva submarca Learn with the Bundle Lab Consulting mediante el uso de las herramientas TIC elegidas por cada grupo. El trabajo deberá entregarse en formato Power Point y/o Word a la docente tras la presentación oral durante el último día de clase para su óptima evaluación. (50%).

Con respecto al 10% de la nota que se corresponde con la **participación en clase**, los estudiantes analizarán en el foro la estrategia de comunicación en Instagram de una empresa que comercializa un producto similar al de Learn with the Bundle Lab. Por otro lado, deberán comentar mínimo a un compañero en el foro, para favorecer el trabajo colaborativo.

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%
Prueba final o proyecto final	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.

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. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar 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, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

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 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

- Montiel, N. (2008). Tecnología de información y comunicación para las organizaciones del siglo XXI. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 5(1), 77-86.
- Hilera González, J, R. y Campo Montalvo, E. (Eds.) Guía para crear contenidos digitales accesibles: Documentos, presentaciones, vídeos, audios y páginas web, [*En línea*], Recuperado de:
http://www.esvial.org/wpcontent/files/ESVIAL.LibroDigital_es_2015.pdf
- Redondo M., Rojas Aguado P. L., Rojas P. (2013), Cómo preparar un plan de social media marketing: en un mundo que ya es 2.0, *Grupo Planeta (GBS)*
- Pita, G. E. C. (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 499-510.
- Valenzuela Reyes, L. (2021). Crear un Social Media Plan para una empresa a distancia: reto de trabajo colaborativo y de aprendizaje. *OPENAIRE*.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Antonella Catucci
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctoranda en Estudios de Género en la Universidad Carlos III de Madrid Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico Máster en Global Marketing, Communication & Made in Italy Curso superior en Comunicación corporativa & Inbound Marketing
Correo electrónico	acatucci@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/ Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Antonella Catucci es Consultora Internacional de Marketing y Comunicación digital con formación en Comunicación e Idiomas para la Cooperación internacional. Especializada en Comunicación Corporativa, Marketing Digital, Inbound Marketing y comercio electrónico. Doctoranda en Estudios de Género, es ganadora del premio " <i>Professionista Accreditato</i> " (<i>Profesional acreditado</i>) reconocimiento otorgado por el del Ministerio de la Educación en Italia por haber finalizado sus estudios universitarios <i>cum laude</i> .

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Finalista en el premio para el mejor proyecto fin de carrera y tesis doctoral acerca de la violencia de género. Profesora de Herramientas TIC en la Universidad de Nebrija y de Marketing & comunicación online en la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR).</p> <p>Actualmente es Fundadora y Directora de Own Value, agencia de marketing especializada en mujeres emprendedoras creada con el fin de contribuir y formar parte del cambio social hacia una mayor igualdad de género impulsando el empoderamiento y el emprendimiento femenino.</p> <p>Además es Codirectora de Comunicación y Responsable de la sección MKT&Women en Marketing Insider Review, un medio digital dirigido a altos directivos y mandos intermedios especializados en Marketing y Ventas.</p> <p>Apasionada por temas de comunicación y Branding, durante su trayectoria se ha dedicado principalmente a liderar proyectos de comunicación digital y Marketing. Recientemente ha trabajado para Nespresso Italia (2019) en el proyecto SEO- On Page y para el <i>Dusable Museum of African American History</i> de Chicago (2017) como Directora del proyecto en español. Cuenta también con una amplia experiencia en el sector Ventas, en posiciones de Account Manager & Sales Consultant y experiencia en el sector Eventos como Event Manager para marcas de prestigio como: BMW, Mercedes- Benz, Toyota, Jaguar y Land Rover.</p>
---	---