

GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS

500111 - EINES TIC PER TREBALLAR EN XARXA

Informació general

- Tipus d'assignatura : Bàsica
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Primer
- Trimestre: Primer
- Crèdits: 6
- Professorat:
 - Victor Jordan Vallverdu <vjordan@tecnocampus.cat>

Idiomes d'impartició

- Català
- Castellà
- Anglès

Els recursos docents que es proporcionen a l'assignatura o que es recomanen com a materials de treball, poden estar en qualsevol de les següents llengües: català, castellà i anglès.

Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de les classes.

Competències que es treballen

Bàsica

- CB5. Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Específica

- CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting.
- CE10. Analitzar i avaluar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa.
- CE13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió de comunitats digitals.

General

- CG1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- CG2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el pensament.

Transversal

- CT1. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya.
- CT2. Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- CT4. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària.

Descripció

Eines TIC és una assignatura de primer trimestre de primer curs que introdueix l'estudiant en l'àmbit digital des d'una perspectiva empresarial.

Al llarg del trimestre, l'assignatura té com a principal finalitat iniciar l'estudiant, de manera gradual i integrada, en l'adquisició de la competència d'ús i aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en l'àmbit acadèmic, personal i professional.

Un segon objectiu general és plantejar i conèixer quines són les tendències en el món digital, i quina és l'evolució i impacte d'aquestes en l'àmbit de l'empresa des d'una perspectiva històrica.

Un tercer objectiu és el d'intentar reflexionar al voltant de l'impacte de la tecnologia en l'àmbit personal i laboral. Cerquem que l'estudiant reflexioni críticament al voltant de l'ús de les TIC per a treballar i estudiar en la societat de la informació; del que implica ser individus digitals i com en podem aprendre a treure el màxim profit possible; de com les TIC s'utilitzen per buscar informació, classificar-la i presentar-la; de com gestionem les dades i la nostra privacitat; de com estem connectats i de la revolució digital que estem vivint.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar les principals eines informàtiques per subministrar la informació necessària en la presa de decisions.
2. Contextualitzar les TIC a l'empresa.
3. Entendre la transformació digital de les empreses.
4. Entendre com les empreses, les marques i les persones es posicionen en l'entorn digital.
5. Conèixer diferents eines TIC per l'autoaprenentatge i per l'entorn de treball.
6. Entendre com les TIC han conduït la gestió, el màrqueting i la comunicació digital cap a l'omnicanalitat.
7. Conèixer els principis bàsics del Cloud computing.
8. Conèixer l'impacte del Big Data i la importància de la ciberseguretat.
9. Saber aplicar les TIC a la comunicació interna de l'empresa.

Metodologia de treball

El seguiment de l'assignatura requerirà que l'estudiant assisteixi a classe amb el seu ordinador portàtil.

Els continguts docents i les competències es treballaran en sessions de tres tipus:

1. Classes teòriques: Sessions basades en l'exposició dels continguts més rellevants de l'assignatura. Es contemplen les següents metodologies d'impartició:

- MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor i dels estudiants, on assisteixen els estudiants matriculats a l'assignatura.
- MD2. Conferències: Sessions presencials o retransmeses en streaming, tant a les aules de la universitat como en el marc d'una altra institució, en las que un o varis especialistes exposen les seves experiències o projectes davant dels estudiants. Visites a exposicions i/o presentacions de temes relacionats amb els continguts de l'assignatura.
- MD3. Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials.

2. Aprenentatge dirigit: Sessions basades en el treball individual o de grup. Els estudiants tenen suport directe del professor a l'aula i fóra de l'aula. Es contemplen les següents metodologies d'impartició:

- MD5. Seminaris: Format presencial en petits grups de treball (entre 14 i 40). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i on la participació de l'estudiant és clau.
- MD6. Debats i fòrums: Converses presencials o online, segons els objectius que el professor responsable de l'assignatura persegueixi. Els debats tenen una data d'inici i de fi i estan dinamitzats pel professor., qui també en redactarà les conclusions.
- MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret. El professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants.

3. Aprenentatge autònom: Sessions planificades com a tasques establertes i organitzades.

- MD9.Resolució d'exercicis i problemes: Activitat no presencial dedicada a la resolució d' exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor o el desenvolupament d'un projecte.
- MD10.Lectures, cerques d'informació.

Per realitzar aquestes activitats, es farà un ús intensiu de les eines i tecnologies de suport necessàries pel seguiment de cada un dels temes, tenint en compte que el principal espai digital de treball serà la plataforma institucional: Moodle.

L'aula virtual serà el lloc de referència pel seguiment de l'assignatura. És també l'espai de comunicació i avaluació.

Aquesta assignatura disposa de recursos metodològics i digitals per fer possible la seva continuïtat en modalitat no presencial en el cas de ser necessari per motius relacionats amb la Covid-19. D'aquesta forma s'assegurarà l'assoliment dels mateixos coneixements i competències que s'especifiquen en aquest pla docent.

El Tecnocampus posarà a l'abast del professorat i l'alumnat les eines digitals necessàries per poder dur a terme l'assignatura, així com guies i recomanacions que facilitin l'adaptació a la modalitat no presencial.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiem que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

Continguts

Els continguts plantejats a l'assignatura s'afronten des d'un doble enfocament: per un costat l'impacte en la persona (individual o col·lectiu) i per l'altre des d'una òptica empresarial i econòmica.

Tema 1. Transformació digital

- Món digital, món 2.0
- Conceptes clau de la Web 2.0
- L'actitud digital: Proconsumidors, producció i consum d'informació.
- Contextualitzar les TIC a l'empresa.
- Entendre la transformació digital de les empreses.
- PLE

Tema 2. Presència digital

1. Identitat digital i privacitat
2. Presència digital: identitat, branding, reputació online, employer branding, personal branding, storytelling
3. Eines per a ser individus digitals eficients.
4. CMS: sistemes de gestió de continguts, LMS: sistemes de gestió de l'aprenentatge, PLE: Entorn personal d'aprenentatge

Tema 3. Omnicanalitat

1. Entendre la importància de les TIC en el màrqueting i la comunicació digital.
2. GDPR
3. Sistemes de gestió integral: ERP, CRM

Tema 4. Tendències

- Internet de les Coses (IOT)
- Big Data
- Protecció de Dades

Activitats d'aprenentatge

Les activitats de l'assignatura tenen com a objectiu que l'estudiant, individualment o en equip pugui experimentar i per tant tenir una actitud crítica sobre el

temes de l'assignatura, des d'una perspectiva individual, col.lectiva i des del punt de vista d'empresa.

Cada setmana treballarem dos tipus d'activitats:

- Les activitats que es faran a l'aula, amb l'acompanyament del professor/a. Aquestes activitats són reptes que els estudiants han de resoldre a classe, per tant amb un temps limitat, a partir dels materials que tinguin a l'aula i de les eines que hagin estat treballant abans de la sessió o durant la mateixa.
- Les activitats que es faran fora de l'aula serveixen a l'estudiant per preparar els temes de referència de l'assignatura.

Sistema d'avaluació

L'assignatura es superarà a partir de la realització de totes les activitats que l'estudiant resoldrà de forma individual, grupal o l'elaboració d'un projecte en equip, així com un examen final de validació dels continguts fonamentals de l'assignatura.

Per a superar l'assignatura és obligatori realitzar el projecte en equip.

Per superar l'assignatura cal tenir una mitjana superior a 5.

S'estableixen els següents percentatges avaluatius:

Participació en activitats plantejades dins de l'aula, exposicions, treball individual	40%
Treball individual i/o en grup	20%
Examen final	40%

A l'examen de recuperació caldrà recuperar totes les parts que no hagin estat aprovades.

Un estudiant que no s'hagi presentat a la primera convocatòria NO pot presentar-se a la recuperació.

Recursos

Bàsics

Audiovisuals

- Vieitres, C. S. (2011). Sistemas de información: Herramientas prácticas para la gestión empresarial. Madrid: RA-MA Editorial

Bibliografies

- Adner, R.; Zemsky, P. (2005). "Disruptive technologies and the emergence of competition". RAND Journal of Economics
- Anderson, C. (2004). The Long Tail. Random House
- Bellón, F. M. (2009). La creatividad y las nuevas tecnologías en las organizaciones modernas. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Cabezas, J. d. (2015). La gran oportunidad: Claves para liderar la transformación digital en las empresas y en la economía. Barcelona: Grupo Planeta.
- Castells, M. (1998). La era de la información. España: Mc Graw Hill
- Catmull, Ed. (2014). Creatividad, S.A.: Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá
- Gates, B. (2000). Los negocios en la era digital. España: Plaza & James Editores, S.A
- Vivancos, J. (2008). Tratamiento de la información y competencia digital. Madrid: Alianza Editorial.

Enllaços web

- Juan Jose Castaño y Susana Jurado (2016). Comercio electrónico. Editorial Editex, S.A.
<https://books.google.com.py/books?id=dJ1cDAAAQBAJ&pg=PP1&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=true>
- Pisani, f. (2016). Creadores de futuro. Fundación Telefónica http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/502/

Complementaris

Bibliografies

- Guill Fuster, Humi. (2011). Sistemes de cooperació empresarial. Editorial UOC.
- Guitart, I. (2011). Sistema d'informació empresarial. Editorial UOC.
- Meyer, C.; Jones, G. (2010). Cloud Computing: la tercera ola de las tecnologías de la información. Future Trends Forum (Fundación Bankinter).
- Meyer, C.; Ríos, J.I.; Solchaga.M; (2007). Web 2.0. El negocio de las redes sociales. Future Trends Forum (Fundación Bankinter).
- Sieber, S.; Valor, J.; Porta, V. (2006). Los sistemas de información en la empresa actual: Aspectos estratégicos y alternativas tácticas. McGraw Hill.
- Susskind, R; Susskind, D. (2015). The future of the professions: How Technology Will Transform the Work of Human Experts. Oxford University Press.

Enllaços web

- Agència de Ciberseguretat de Catalunya
<https://ciberseguretat.gencat.cat/>
- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)
<https://www.aepd.es/>
- Digital economy and society. Eurostat. Comissió Europea
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/>
- Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)
<https://www.incibe.es/>
- Oficina de Seguridad del Internauta (OSI)
<https://www.osi.es/>
- Web3D Consortium:
<https://www.web3d.org/>
- World Wide Web Consortium (W3C)
<https://www.w3.org/>