

5. PLANIFICACION DE LAS ENSEÑANZAS

La carga docente del Diploma de Extensión Universitaria es de 45 créditos ECTS, de los cuales:

- El alumno tendrá que cursar obligatoriamente 45 créditos ECTS.

5.1. Estructura de la enseñanza y descripción del plan de estudios

TIPO DE MATERIA		Nº créditos ECTS
Ob	Obligatorias	45
Op	Optativas	
PE	Prácticas externas (si son obligatorias)	
TFM	Trabajo Fin de Título (obligatorio en Máster)	
CRÉDITOS TOTALES		45

Relación de módulos, materias y asignaturas del plan de estudios:

Módulos	ECTS	Materias / asignaturas	ECTS	Tipo	Semestre
Módulo A: Internet como canal de comunicación y venta	6	A1.- Internet como canal de comunicación, venta y formación	3	Ob	S1
		A2 - Principios sobre Marketing y publicidad en Internet	3	Ob	S1
Módulo B: Web 2.0: La explosión de las redes	6	B1.- Redes Sociales	3	Ob	S1
		B2.- Herramientas y metodologías 2.0	3	Ob	S1
Módulo C: Telefonía Móvil	3	C1.- Telefonía Móvil	3	Ob	S2
Módulo D: Posicionamiento y APPs en redes sociales	6	D1.- Posicionamiento Web. SEO y SEM	3	Ob	S2
		D2.- Posicionamiento y APPs en redes sociales	3	Ob	S2
Módulo F: Marketing y publicidad en Internet	12	E1.- Nuevas tendencias de Marketing en Internet	3	Ob	S1
		E2.- Publicidad	6	Ob	S1
		E3.- Estrategia creativa	3	Ob	S1
Módulo G: Social Media	12	F1.- Redes sociales y empresa	6	Ob	S2
		F2.- Modelo de comunicación social en Internet	3	Ob	S2
		F3.- Análisis, Medición y cuantificación.	3	Ob	S2

Líneas de optativas ofertadas (y relación, en su caso, con especializaciones):

Estos estudios otorgan al egresado unas competencias muy amplias que le permitirán desarrollar cualquier puesto laboral, siempre y cuando este relacionado con las TIC e Internet.

Contribución de las materias al logro de las competencias del título:

	CB1	CB2	CB3	CB4	CB5	CG1	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7
A1	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
A2	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
B1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
B2	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*
C1	*	*	*	*	*	*	*		*				*
D1	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*
D2	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*
E1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
E2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*
E3	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*		*
F1	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*
F2	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*
F3	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*		*

Organización temporal de asignaturas:

Materias / asignaturas	ECTS	Tipo	Semestre
A1.- Internet como canal de comunicación, venta y formación	3	Ob	S1
A2 - Principios sobre Marketing y publicidad en Internet	3	Ob	S1
B1.- Redes Sociales	3	Ob	S1
B2.- Herramientas y metodologías 2.0	3	Ob	S1
C1.- Telefonía Móvil	3	Ob	S2
D1.- Posicionamiento Web. SEO y SEM	3	Ob	S2
D2.- Posicionamiento y APPs en redes sociales	3	Ob	S2
E1.- Nuevas tendencias de Marketing en Internet	3	Ob	S1
E2.- Publicidad	6	Ob	S1
E3.- Estrategia creativa	3	Ob	S1
F1.- Redes sociales y empresa	6	Ob	S2
F2.- Modelo de comunicación social en Internet	3	Ob	S2
F3.- Análisis, Medición y cuantificación. Reputación online	3	Ob	S2

Mecanismos de coordinación docente entre asignaturas (en la organización horaria y de desarrollo y en la coherencia de objetivos) del plan de estudios:

El órgano de gobierno más importante en el marco de este título propio del Diploma de Extensión Universitaria, será la Comisión Académica, cuya composición será la siguiente:

- El director del Diploma de Extensión Universitario.
- Dos profesores PDI-USAL, uno de ellos actuará como secretario.
- Un profesor externo asociado al entorno académico.
- Dos profesionales externos de reconocido prestigio y asociados al mundo empresarial.
- Dos alumnos del Título Propio, en cualquier caso la representación de los estudiantes deberá ser al menos del 25%.

La coordinación general del Título Propio estará delegada por la comisión académica en el director del título propio Dr. D. Juan M. Corchado Rodríguez, Catedrático asociado al Departamento de Informática y Automática. No obstante, el director académico podrá convocar reuniones extraordinarias de la Comisión Académica en el caso de que sea necesario, con el objeto de resolver problemas que se puedan dar en el desarrollo de la docencia del título propio, tal y como indica el Sistema de Garantía de Calidad (interno). Dado la elevada carga docente del Título Propio de Extensión Universitaria que se propone, 45 ECTS, el director académico requiere de ayuda por parte del personal docente en las labores de coordinación. Por ello será necesario definir una jerarquía entre profesores, coordinadores y director académico. En este sentido, se contemplan las siguientes figuras:

- **Coordinador Académico**, que será el director del título propio. Podrá delegar estas funciones en un profesor del título propio, siempre y cuando éste sea PDI-USAL. El coordinador Académica tendrá la obligación de establecer reuniones periódicas de coordinación con los diferentes Coordinadores de Módulo.

Su labor principal será la de realizar la coordinación general del Título Propio, es decir, realizar la coordinación entre los módulos y asignaturas que lo componen.

- Deberá realizar reuniones de seguimiento periódicas para cada módulo y asegurarse de que la coordinación interna de cada módulo se está llevando a cabo correctamente y en los plazos adecuados.
- Definir, revisar o actualizar las competencias específicas y transversales de los módulos/asignaturas/materias, en colaboración con los coordinadores de módulo, asegurando que no existe solapamiento entre ellas.
- Informar a la Comisión Académica de la coordinación y actividades que se están llevando

- o a cabo en el título propio.
 - o Ejecutar sistemáticamente los mecanismos definidos en el Sistema de Garantía de Calidad para asegurar que se están cumpliendo los objetivos docentes propuestos, y la máxima calidad en la formación.
 - o Tomar las medidas adecuadas en el caso de que se detecten desviaciones o incidencias en el desarrollo de la formación del Diploma de Extensión Universitaria, entre las que puede estar la de convocar reuniones extraordinarias de la Comisión Académica para solucionar conflictos.
 - o Reservar de espacios (aulas de pupitres, aulas de informática y plataforma de tele formación) para la ejecución de la formación. Coordinar la disponibilidad de recursos con los responsables del centro académico, en este caso, la Facultad de Ciencias.
 - o Organizar los horarios docentes presenciales, así como la programación temporal de la formación online, siguiendo como directriz principal la de maximizar la calidad de la formación.
 - o Intercambiar experiencias metodológicas entre los diferentes profesores de las asignaturas.
 - o Atender a los estudiantes, así como resolver cualquier tipo de duda que estos tengan sobre el desarrollo general del Diploma de Extensión Universitaria.
 - o Atender las sugerencias y propuestas de mejora realizadas por los estudiantes.
 - o Coordinar la inclusión de todas las actividades realizadas en el Informe Interno de Seguimiento del Título Propio.
 - o Definir, revisar o actualizar las competencias específicas y transversales de cada módulo, y determinar los objetivos específicos a lograr.
 - o Asegurarse que no existe repetición o carencia en los planes docentes causadas por la carencia de coordinación entre módulos.
- **Coordinador de Módulo**, su labor será la de coordinar la docencia entre las diferentes asignaturas/materias que componen un módulo. Será designado por el coordinador académico entre todos los entre todos los profesores que imparten docencia en las asignaturas/materias del módulo, siguiendo criterios de experiencia y méritos acreditados. Para realizar la coordinación convocará reuniones periódicas de seguimiento con los coordinadores de cada asignatura. Sus tareas principales serán las siguientes:
 - o Evitar el solapamiento de competencias/objetivos docentes entre las asignaturas del módulo
 - o Revisar y validar la propuesta de plan de cada bloque, velando para estas contribuyan de la forma prevista a los objetivos generales del producto formativo.
 - o Realizar un seguimiento sistemático de la ejecución del Plan Docente de cada asignatura. Con cuyo objeto, se planificará cada curso la realización de las reuniones necesarias con el equipo docente del módulo, considerando imprescindibles la reunión inicial de curso, la de seguimiento y la de fin. No siendo necesariamente estas reuniones presenciales, sino que también pueden ser online a través de videoconferencia.
 - o Informar al Coordinador Académico formativo de las desviaciones, incidencias o no conformidades en la impartición de las asignaturas y proponer soluciones.
 - o Elaborar los informes de seguimiento del bloque durante su prestación y al acabamiento del curso, proponiendo las mejoras oportunas.
 - o Organizar y liderar la comunidad de aprendizaje, facilitando el intercambio y la socialización del conocimiento.
 - o Revisar, validar y actualizar los materiales didácticos que se utilicen (en cualquier formato).
 - o Participar en la redacción del Informe Interno de Seguimiento del Diploma de Extensión Universitaria, según lo requiera el coordinador académico.
- **Profesores**, son los docentes de las asignaturas. Su labor será la de impartir docencia, coordinando la misma en función de las directrices propuestas por el Coordinador de Módulo. Sus funciones principales serán las de:
 - o Impartir docencia en cada una de las asignaturas en la que es profesor, velando por el cumplimiento de los objetivos docentes marcados previamente.
 - o Realizar un seguimiento sistemático de la evaluación de los alumnos siguiendo unos criterios objetivos y las directrices marcadas previamente al inicio del curso.
 - o Informar al Coordinador del Módulo de las desviaciones, incidencias o no conformidad que puedan ocasionarse en el desarrollo de cada asignatura.
 - o Revisar y actualizar los material didácticos que se utilicen en coordinación con el Coordinador de Módulo.
- **Tutores**, son docentes que asistirán a los profesores en las tareas de tutorización, principalmente online. El objetivo es que el alumno tenga un seguimiento individualizado y el tiempo de respuesta sea lo más corto posible.
 - o Realizar un seguimiento individualizado de los alumnos, siguiendo criterios objetivos, y las directrices del o los profesores de la asignatura.
 - o Informar a los profesores de cualquier incidencia que pueda surgir en el proceso de

tutorización.

Dentro de esta jerarquía se completa el puesto de coordinador de asignatura, en casos muy excepcionales también donde la complejidad técnica o de coordinación de la asignatura sea alta. No obstante, generalmente, esta figura no es necesaria, ya que con módulos de 3 asignaturas como máximo, como es este caso, un nivel de coordinación adicional no se considera necesario y puede llegar a ser contraproducente.

Finalmente, en caso de existir la necesidad, y de forma puntual también se fija la figura de Técnico en Teleformación, cuya labor será la de dar asistencia técnica a los profesores y tutores en su interacción la plataforma de teleformación.

Prácticas externas (justificación y organización):

Aun no siendo parte del programa se ofrecen practicas extracurriculares en las distintas empresas colaboradoras con el experto universitario.

La duración de las práctica se convendrá entre la empresa y el alumno, y se realizarán en un horario y fechas que se establecerán de mutuo acuerdo entre la empresa, el alumno y el tutor responsable por parte del Título Propio, respetando siempre la normativa en vigor establecida por la Universidad de Salamanca para tal efecto. El detalle de las prácticas de las prácticas (contenidos, tipo de jornada, fecha de inicio, fin, etc.) se oficializarán como anexo al convenio de colaboración entre la Universidad y la empresa.

Idiomas (justificación y organización):

La docencia se impartirá en español salvo en algunos seminarios (optativos) que se pueden impartir en inglés.

Tipo de enseñanza (semipresencial y a distancia) (justificación y organización):

La docencia será semi-presencial y online. La metodología formativa, y el modelo de evaluación se exponen en detalle en los siguientes apartados (Actividades formativas y Sistemas de Evaluación).

Actividades formativas (justificación y organización):

La metodología de formación que se sigue en el marco de esta titulación permitirá a los alumnos aprender practicando, colaborando y cooperando entre ellos y con los profesores. La formación se impartirá teniendo en cuenta que los estudiantes son profesionales que deben llegar a cabo una jornada laboral y la deben compatibilizar con el estudio.

La metodología docente debe ser un trabajo que refleje de forma razonada el qué, el cuánto, el cuándo, el cómo y el dónde enseñar. Estos cinco aspectos permiten concretar no sólo lo qué se va a enseñar, con cuánta profundidad y cuándo se van a ir introduciendo los temas, sino también el cómo se va a enseñar, es decir, la metodología docente que se va a emplear. Se propone un modelo constructivista, basado en objetivos, que permita al alumno aprender practicando y descubriendo. En este contexto formativo, la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son fundamentales. Internet se ha convertido en un elemento dinamizador del conocimiento, en el que se puede y debe apoyar la docencia, especialmente en un área como ésta, dado el perfil tecnológicamente avanzado que se le presupone a los alumnos.

Los tres primeros aspectos (qué, cuánto y cuándo) quedan claramente reflejados en la estructura académicamente propuesta, susceptible de ser modificado, ampliada y mejorada en función de la incesante evolución de la tecnología. Respecto al dónde, los alumnos utilizarán la plataforma CAMPUS-BISITE (<https://campus-bisite.usal.es>), además de los espacios físicos disponibles en la Facultad de Ciencias Además se incorporará acceso a un potente sistema de videoconferencia múltiple que permite la conexión a través de Internet de los estudiantes y tutores.

El cómo que es el aspecto que permite alcanzar el qué y el cuánto se determina a través de la metodología docente. En este sentido se propone un paradigma híbrido entre el constructivista y el descubrimiento activo. Tradicionalmente se le ha prestado más atención e importancia al qué enseñar que al cómo enseñar, lo que llevó a planificar la enseñanza prestando atención sólo a la materia y olvidando a los sujetos que debían aprender. Se propone este modelo híbrido, que concibe la enseña como una actividad crítica y al alumno como un profesional autónomo que investiga reflexionando sobre la práctica. En este enfoque, la enseñanza no es una simple transmisión de conocimiento, es un conjunto de métodos de apoyo que permite a los alumnos construir su propio saber, centrando la educación no en contenidos, sino en objetivos que se pretenden alcanzar. Los objetivos plantean "lo que se pretende que el alumnado llegue a saber" como consecuencia del proceso de aprendizaje, y obligan por tanto a planificar la docencia orientándola al logro de tales objetivos marcados previamente. Por otro lado los objetivos también proporcionan un medio de evaluación del éxito de la docencia, pues se podrá observar el grado de cumplimiento de los mismos después del proceso docente. Hay que destacar asimismo que la enseñanza centrada en objetivos, plantea por primera vez que una enseñanza de calidad debe perseguir no sólo que el alumnado adquiera no sólo ciertos "conocimientos teóricos" como en la enseñanza tradicional, sino que también resalta la importancia de la adquisición de destrezas o "conocimientos prácticos" y de actitudes/comportamientos.

A continuación se detallan las diferentes acciones formativas que se llevarán a cabo en el contexto del Título Propio de Diploma de Extensión Universitaria. Para la elaboración de este listado de acciones formativas se ha seguido las Directrices para la elaboración de las fichas de planificación docente de asignaturas y guías académicas de titulación de Grado y Máster, aprobado en el consejo de Docencia de 16 de enero de 2012.

- Actividades introductorias (dirigidas por el profesor).
 - Actividades introductorias. Este tipo de actividades serán realizadas al inicio de los módulos, para poner a los alumnos en el contexto de la formación que se va a impartir en el módulo.
 - *Formación semi-presencial:* Aunque la información de forma online, estará disponible de forma previa a las clases de la formación semipresencial, los profesores realizarán una breve introducción a la materia indicando objetivos, contenidos previos, referencias, así como cualquier otra que pueda ser de interés.
 - *Formación a distancia:* Esta información estará disponible en la plataforma online al inicio del módulo y de cada asignatura, junto con los primeros contenidos docentes.
- Actividades teóricas (dirigidas por el profesor).
 - Sesión magistral. Presentación sintética, secuencial, motivadora y precisa sobre los aspectos clave de los contenidos de la asignatura.
 - *Formación semi-presencial:* Clase magistral impartida por el profesor. Temporalmente, se encuadran a continuación de las actividades introductorias, y previamente a las prácticas guiadas.
 - *Formación a distancia:* Las clases magistrales semipresenciales, se grabarán y colgarán a través de la plataforma.

En cualquier caso, los alumnos dispondrán de abundante documentación textual y audiovisual en formato digital a través de la plataforma, el seguimiento de estos contenidos será guiado por el profesor y los recursos técnicos disponibles en la propia plataforma.

- Actividades prácticas guiadas (dirigidas por el profesor).
 - Prácticas en aula de informática. Una vez que se realice las sesiones formativas magistrales e introductorias y magistrales, se realizarán las actividades guiadas. En estas actividades prácticas se intercalará teoría y práctica para que el alumno pueda construir adecuada su propio mapa mental sobre la material.
 - *Formación semi-presencial.* En el contexto de la formación, estas actividades prácticas serán en aulas de informático, dado el carácter técnico de la materia del Diploma de Extensión Universitaria.
 - *Formación a distancia.* Las prácticas guiadas, se sustituirán en la formación mediante recursos y guiones sobre las prácticas, unidos a videos explicativos. Así mismo, al igual que en las sesiones magistrales, las prácticas semi-presenciales se emitirán en directo y se grabarán para que los alumnos online las puedan seguir.
- Atención personalizada (dirigidas por el profesor).
 - Tutorías. Se utilizará para comprender y ayudar al estudiante, así como guiarlo en su trabajo individual. Tratando de que la formación sea personalizada.
 - *Formación presencial.* Seguimiento realizado de forma presencial en el despacho del profesor, o un aula habilitada a tal efecto por la dirección del Diploma de Extensión Universitaria.
 - *Formación a distancia.* Seguimiento realizado a través de videoconferencia, audioconferencia, mensajería (síncrona o asíncrona) y email.
 - Actividades de seguimientos on-line. A través del campus se realizarán diferentes actividades de interacción y seguimiento, que permitan facilitar el trabajo de los alumnos tanto semi-presenciales como online.
- Actividades prácticas autónomas (Sin el profesor)
 - Preparación de trabajos. Permite al alumno aprender en profundidad sobre un tema determinado. Está estrechamente ligado a la siguiente forma de evaluación, ya que la preparación constituye el paso previo a la realización de trabajos.
 - Trabajos. El alumno tendrá que realizar informes o reportes sobre una tema concreto, así como prácticas individuales sobre algunos de los temas que componen las asignaturas. Estos trabajos podrán realizarse de forma individual y en grupo.
 - Resolución de problemas. Es un proceso mental que permite la identificación y análisis de un problema, y la propuesta de solución. En el marco del Diploma de Extensión Universitaria, los problemas serán eminentemente prácticos.
 - Foros de discusión. Los foros se utilizarán de forma online con dos objetivos primarios. En primer lugar, la dinamización de la formación, a través del planteamiento de preguntas en los foros que los alumnos tendrán que contestar, y los profesores podrán evaluar. En segundo lugar, la generación de debates públicos sobre cuestiones que tengan los alumnos, y que puedan ser objeto de interés por parte del resto de alumnos.

Sistemas de evaluación (justificación y organización):

A continuación se detallan las diferentes acciones de evaluación que se llevarán a cabo en el contexto del Título Propio de Diploma de Extensión Universitaria. Para la elaboración de este listado de acciones formativas se ha seguido las Directrices para la elaboración de las fichas de planificación docente de asignaturas y guías académicas de titulación de Grado y Máster, aprobado en el consejo de Docencia de 16 de enero de 2012.

- **Pruebas objetivas de tipo test.** Cuestionarios de evaluación que estarán disponibles a través de la plataforma online tanto para los alumnos online, como los semipresenciales. Existirán dos tipos de test en el contexto de la formación del título propio.
 - *Test de autoevaluación*, que constará de una serie de preguntas orientadas a autoevaluar y a afianzar los conocimientos del alumno. La realización de este tipo de test será valorable en la evaluación continua de cada módulo. Los test de repaso tendrán entre 7 y 15 preguntas aleatorias, no existirá un tiempo para realizarlos y el número de intentos será ilimitado.
 - *Test de evaluación*, en cada asignatura, existirán un conjunto de test evaluación, en función de las necesidades docentes. que el alumno tendrá que aprobar para superar correctamente el módulo.
- **Pruebas prácticas.** Estas pruebas se corresponden con la evaluación de un conjunto de las actividades donde el alumno deberá realizar trabajos individuales y en grupo. Los trabajos serán supervisados por un profesor/tutor y evaluados conjuntamente con otro profesor. La entrega de estas pruebas prácticas, será a través de la plataforma de formación y su realización será puramente online. No obstante, los alumnos podrán realizarlas en el horario de prácticas libres de las aulas de informática reservadas para este Título Propio.

A continuación se detallarán las directrices de evaluación de los alumnos por cada uno de los módulos que componen el Diploma de Extensión Universitaria, es importante señalar, que los porcentajes exactos de evaluación se fijarán por la comisión académica y los coordinadores de módulos al inicio del curso académico:

- **Evaluación online:**
 - *Bloque A. Evaluación continua.* Participación en foros, videoconferencias, audioconferencias, participación activa en las clases online sincrónicas, test de autoevaluación, interacción en el campus de formación y acceso a recursos en la plataforma. Los criterios serán especificados por el coordinador de módulo.
 - *Bloque B. Realización de Test objetivos de evaluación.* Este tipo de test tendrán en torno a 20 preguntas aleatorias, los alumnos dispondrán de 40 minutos para completarlo y será necesario superar el 70% de las preguntas de forma que cada pregunta correcta otorga un punto y cada pregunta errónea penaliza 1 punto. Se concederán tres intentos para superar el test, teniendo en cuenta que las preguntas serán aleatorias en cada uno de ellos. Tras la realización del test, y en función de la evaluación continua el profesor de la asignatura determinará si es necesaria una prueba oral (realizada por videoconferencia) para validar los resultados del test y garantizar su autenticidad.
 - *Bloque C. Realización de Prácticas.* Se valorará su calidad técnica, la memoria realizada para presentar el trabajo realizado, la originalidad y el cumplimiento de las especificaciones indicadas en la definición del trabajo. Los trabajos serán propuestos por los profesores de cada asignatura y serán de tipo práctico. Si los evaluadores del trabajo consideran que no se ha realizado adecuadamente, sugerirán al alumno los cambios necesarios para superarlo y le proporcionarán un tiempo extra para que lo mejore. Tras la entrega de las prácticas, y en función de la evaluación continua el profesor de la asignatura determinará si es necesaria una prueba oral (realizada por videoconferencia) para analizar conjuntamente el trabajo realizado y garantizar su autenticidad.
- **Evaluación semi-presencial:**

La evaluación será igual a la on-line, excepto porque también se evaluará la asistencia regular a clase. Dado que las clases son eminentemente prácticas. La asistencia a clase eximirá al alumno de realizar las prácticas que se propongan a través del campus de formación. Las diferencias con la formación totalmente online se presentan a continuación:

 - *Bloque A. Evaluación continua.* Además de los ítems identificados para la formación online, también se valorará la participación activa en las clases presenciales.
 - *Bloque B. Realización de Test objetivos de evaluación.* Exactamente igual a la online.
 - *Bloque C. Realización de Prácticas o Asistencia a clase.* En este caso, si se ha asistido regularmente a clase (90%) salvo por causa justificada, la realización de prácticas, puntuará positivamente de forma adicional sobre la nota del módulo, con la salvedad de que la prueba oral en este caso podrá realizarse de forma presencial.

La calificación de cada asignatura estará compuesta por la aritmética entre los tres bloques anteriores de evaluación. Así mismo, la calificación del módulo se corresponderá con la media ponderada de la calificación de cada asignatura, entre los créditos ECTS de la asignatura.

En el caso de la evaluación de las prácticas externas, el tutor interno responsable será el encargado de calificar al alumno atendiendo a los siguientes criterios:

- Informe del tutor externo.

- Entrevistas personales del alumno.
- Informe del alumno
- Grado de completitud del trabajo propuesto.

La calificación de las prácticas estará en función de la naturaleza de éstas, y será obligación del tutor o tutores de la prácticas establecerlas y comunicárselas alumno antes de comenzarlas.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones dentro de este Título Propio se ajustará al sistema de calificaciones vigente (RD 1125/2003), artículo 5º.

Los resultados obtenidos por el alumno en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

- 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 (MT) podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los alumnos matriculados en una asignatura en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

Así mismo, se seguirá la Normativa sobre el sistema de calificaciones y cálculo de la nota media y de la calificación global de los expedientes académicos de los estudiantes de la USAL (Consejo Gobierno 23/junio/2011) que actualiza el sistema de calificaciones y el cálculo de la nota media en la USAL http://campus.usal.es/~gesacad/coordinacion/normativaproce/notas_23_06_2011.pdf

Se tendrá en cuenta el Reglamento de Evaluación de la Universidad de Salamanca (aprobado en Consejo de Gobierno de Diciembre de 2008 y modificado en el Consejo de Gobierno de 30 de octubre de 2009) http://campus.usal.es/~gesacad/coordinacion/normativaproce/regla_eval.pdf

5.2. Descripción detallada de las asignaturas (FICHAS de planificación)

A lo largo de este apartado, se presentarán las fichas de las asignaturas que componen el Máster.

<p>MATERIA: A1 - Internet como canal de comunicación, venta y formación Módulo al que pertenece: A. Internet como canal de comunicación y venta Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE5, CE7, CE8, CE9, CE11</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Comprender los mecanismos básicos de internet y las tecnologías que operan en la red. • Conocer las distintas modalidades de difusión de información a través de la red. • Conocer el funcionamiento de las herramientas más comunes de búsqueda y difusión de información a través de internet. • Conocer como está estructurada la información en la red y como acceder a ella.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internet como canal de comunicación • Técnicas y metodologías de uso de la red • Herramientas de apoyo • Arquitectura tecnológica
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta será teórica y está enfocada a que los alumnos conozcan cómo está dispuesta la información en la red, que formas hay de difundirla y de herramientas puede usar para acceder a ella. Este es un módulo introductorio, no requiere conocimientos previos.</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: A1.- Internet como canal de comunicación, venta y formación Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0%
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: A2 - Principios de Marketing y Publicidad en Internet Módulo al que pertenece: A. Internet como canal de comunicación y venta Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE4, CE5, CE6</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer como analizar la competencia de un negocio web. • Aplicar el conocimiento adquirido sobre la herramientas de posicionamiento. • Aplicar las nuevas técnicas y conceptos de marketing al marco del comercio electrónico. • Reconocer que medios y criterios de búsqueda utiliza el cliente/usuarios para comunicarse con el proveedor. • Comprender como favorecer la imagen marca de marca corporativa o personal en la red. • Utilizar correctamente algunas de las herramientas de Marketing existentes.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Marketing online y posicionamiento web • Herramientas y soporte tecnológico • Publicidad en Internet • Marketing 2.0. • Posicionamiento en Internet
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta materia aporta una visión general de toda la estrategia de marketing de una entidad en la web. Se estudiará también cómo deben convivir las estrategias on-line y off-line, así como mantener una unidad en la orientación de resultados. Es recomendable haber cursado previamente la asignatura A1.</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: A2.- Internet como canal de comunicación y venta Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0 %
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: B1 - Redes sociales Módulo al que pertenece: B. Web 2.0: La explosión de las redes Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE3 CE4, CE5, CE6</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer lo tipos de redes sociales actuales. • Conocer la estructura y funcionamiento de un red social. • Controlar la repercusión de la acciones en la redes sociales. • Aprender a gestionar una red social
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características específicas, funcionamiento interno • Social Media para crear tu marca personal o la de tu empresa. Análisis previo. • Publicaciones on-line • Escucha y monitorización de la información. • El informe y la evaluación del progreso diario. • Trucos que debes conocer para proteger tu marca. • Casos de éxito y fracaso en el desarrollo de una identidad digital • La labor del Community Manager
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta es una asignatura introductoria cuyo programa formativo tiene como objetivo presentar las redes sociales y su importancia en la sociedad actual, ver como estas pueden utilizarse para generar identidades en la red.</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: B1.- Redes sociales Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				4		0%
Prácticas en el aula de informática				5		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				5		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				25		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		2		2		100 %
Prácticas en el aula de informática		5				
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				5		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				25		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%

<p>MATERIA: B2 - Herramientas y metodologías 2.0 Módulo al que pertenece: B. Web 2.0: Redes sociales Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE3, CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer alguno de los principales herramientas 2.0 sus usos y aplicaciones. • Aprender a utilizar herramientas 2.0 en diferentes entornos personales y empresariales, como son blogs, foros, wikis, etc. •
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ La web 2.0 ○ Definición y funcionalidades ○ Clasificación (licencia, lenguaje, funcionalidad, etc.) ○ Los gestores de contenido (Características técnicas).
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta asignatura pretende que el alumno conozca las principales herramientas de existentes sobre 2.0, así como las características y uso de cada una de ellas. Este curso es introductorio, por lo que no se requieren conocimientos previos.</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: B2.- Herramientas y metodologías 2.0 Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0%
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: C1. Telefonía Móvil Módulo al que pertenece: C.- Telefonía Móvil Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer las particularidades hardware y software de los dispositivos móviles. • Comprender las limitaciones hardware y las implicaciones que conllevan en el desarrollo • Aprender a comercializar aplicaciones previamente desarrolladas • Aplicar la tecnología adecuada a cada desarrollo en función del contexto específico.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción a iOS (Unlocking, Jailbreaking y Pwnage, Opciones de desarrollo, Primeras aplicaciones). • Introducción Android (Lenguaje de programación, SDK, Arquitectura de aplicación). • Introducción a Windows Phone (Arquitectura de la plataforma de desarrollo, Futuro de Windows Phone, Versiones, Expression Blend, Microsoft Visual Studio Express). • Mobile Web (CSS3 Responsibe, JQuery Mobile).
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Asignatura/Módulo introductorio al contexto de las plataformas móviles y sus peculiaridades (limitaciones hardware) y sistemas operativos existentes. En este módulo se habla también del negocio que envuelve a la telefonía móvil hoy en día. No se requieren conocimientos previos.</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura: A1. Telefonía Móvil Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0%
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%

<p>MATERIA: D1.- Posicionamiento Web. SEO y SEM Módulo al que pertenece: D.- Posicionamiento y APPs en redes sociales Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S2 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE3, CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer como posicionar un sitio web en los principales buscadores. • Conocer las formas de difusión de información en la web • Conocer el estado actual de un sitio.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: Buscadores y directorios</p> <ul style="list-style-type: none"> • SEM y SEO • Conocer la situación actual de un sitio web • SEO on-page off-page • Penalización de buscadores
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta materia trata sobre las técnicas SEM (<i>Search Engine Marketing</i>) y SEO (<i>Search Engine Optimizacion</i>), además de otras estrategias sobre posicionamiento en buscadores web.</p> <p>Se recomienda haber cursado previamente el módulo F (Desarrollo de aplicaciones Web).</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: D1.- Posicionamiento Web. SEO y SEM Carácter: Optativa ECTS: 3 Unidad temporal: S2 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0%
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: D2.- Posicionamiento y APPs en redes sociales Módulo al que pertenece: D- Posicionamiento y APPs en redes sociales Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S2 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE3, CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente.• Conocer como posicionar un sitio web en los principales buscadores.• Desarrollar aplicaciones para las diferentes redes sociales.• Conocer la API de desarrollo de las principales redes sociales.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none">• Posicionamiento en Internet• Conceptos generales de programación para redes sociales.• APIs de desarrollo de las redes sociales• Desarrollo de aplicaciones para Facebook.• Desarrollo de aplicaciones para Twitter.
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) Esta es una materia centrada fundamentalmente en los dos aspectos muy prácticos, el posicionamiento en internet de páginas y sitios web y el desarrollo de aplicación o mini-aplicaciones que se nutran de la información que se encuentra dentro de las redes sociales para poder crear nuevas funcionalidades. Para cursar esta asignatura el alumno debe haber cursado previamente la asignatura H1, y además se recomienda haber cursado el módulo F (Desarrollo de aplicaciones Web)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: D2.- Posicionamiento y APPs en redes sociales Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S2 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				6		0%
Sesión magistral				1		0%
Prácticas en el aula de informática				8		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		3		3		50%
Sesión magistral		1				100 %
Prácticas en el aula de informática		6		2		71%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				10		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas						0%
Foros de discusión				5		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%

<p>MATERIA: E1.- Nuevas tendencias de Marketing en Internet Módulo al que pertenece: F - Marketing y publicidad en Internet Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE3, CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer como realizar acciones de marketing online • Comprender la importancia del valor de marca
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El nuevo consumidor. La venta por internet (e-CRM) • Conceptos y actores involucrados en Marketing electrónico.. • Nuevas técnicas: Tipos de servicios on-line y como presentarlos • Estrategias de marketing on-line • Valores de marca
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se explicará como orientar el marketing tradicional a Internet, como planificar nuevas estrategias dependiendo de los perfiles de consumidor que pueden encontrarse en la red. Para cursar esta materia es recomendable haber cursado antes el módulo A (Marketing y Publicidad en Internet)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: E1.- Nuevas tendencias de Marketing en Internet Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				14		0%
Prácticas en el aula de informática				2		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				20		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		7		7		50 %
Prácticas en el aula de informática		2				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				20		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%

<p>MATERIA: E2.- Publicidad Módulo al que pertenece: E - Marketing y publicidad en Internet Tipo: Obligatoria ECTS: 6 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE3, CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer cómo realizar campañas de promoción a través de portales de internet. • Conocer cómo realizar estimaciones de éxito de campañas publicitarias a través de la web. • Conocer como planificar campañas de acuerdo a los datos que se obtienen de la web.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de difusión • Publicidad en telefonía móvil • Site targeting • Campañas en portales de contenidos. La política de Google. Adwords. • Restricciones de uso • Campañas en buscadores • Cuentas individuales y Centros de cliente • Campañas en redes sociales • La labor del gestor de cuentas.
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se explicará cómo orientar el marketing tradicional a Internet, como planificar nuevas estrategias dependiendo de los perfiles de consumidor que pueden encontrarse en la red. Para cursar esta materia es recomendable haber cursado antes el módulo A (Marketing y Publicidad en Internet)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: E2.- Publicidad Carácter: Obligatoria ECTS: 6 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				14		0%
Prácticas en el aula de informática				2		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				20		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		7		7		50 %
Prácticas en el aula de informática		2				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				20		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: E3.- Estrategia creativa Módulo al que pertenece: E - Marketing y publicidad en Internet Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S1 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE3 CE4, CE5</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Aplicar soluciones creativas a la difusión publicitaria. • Conocer técnicas que ayuden a fomentar la creación de ideas. • Aplicar los conocimientos obtenidos al marketing y la publicidad on-line.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Estrategia Creativa • Fundamentos <ul style="list-style-type: none"> ○ Dirección creativa ○ Dirección de arte • Análisis publicitario y creativo • Metodología creativa y formato aplicado • Técnicas de generación de ideas
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se explicará cómo aplicar soluciones creativas a técnicas de publicidad y marketing que ayudarán al alumno a enfrente a situaciones del mercado nuevas o bien a obtener una ventaja competitiva. Para cursar esta materia es recomendable haber cursado antes el módulo A (Marketing y Publicidad en Internet)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: E3.- Estrategia creativa Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S1 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				4		0%
Prácticas en el aula de informática				7		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		2		2		50 %
Prácticas en el aula de informática		7				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación				Ponderación máxima		Ponderación mínima
Evaluación continua, Participación online y/o presencial				50%		40%
Pruebas objetivas de tipo test				50%		40%
Pruebas prácticas				50%		20%

<p>MATERIA: F1.- Redes sociales y empresa Módulo al que pertenece: F - Social media Tipo: Obligatoria ECTS: 6 Semestre: S2 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE4, CE5, CE6 y CE7</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Conocer cómo crear y administrar el perfil de un empresa en las redes sociales. • Aplicar los conocimientos adquiridos sobre redes sociales para segmentar. • Conocer como poder implantar un sistema de e-commerce con ayuda de las redes sociales.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfiles en redes sociales • Comunidades virtuales • Plan Estratégico de empresa para Redes Sociales • Social Media Marketing (SMM) • Blogs corporativos. Creación de Contenidos y Posicionamiento • Social Commerce
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se explicará cómo debe convivir una empresa con las redes sociales, que capacidades de expansión tiene a través de ellas o como implantar un sistema de comercio electrónico a través de las redes. Esta asignatura se complementa con las N2 y N3. Se recomienda haber cursado haber cursado previamente el módulo B (Web 2.0: La explosión de la redes)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: F1.- Redes sociales y empresa Carácter: Obligatoria ECTS: 6 Unidad temporal: S2 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				4		0%
Prácticas en el aula de informática				7		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		2		2		50 %
Prácticas en el aula de informática		7				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: F2.- Modelo de comunicación social en Internet Módulo al que pertenece: F - Social media Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S2 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE4, CE5, CE6 y CE7</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Aprender a manejar la información que se encuentra en las redes sociales, tanto de personas como de entidades. • Aprender a manejar la comunicación no rígida y multifocal del Social Media. • Aprender las precauciones específicas de la comunicación en la red, tanto desde un punto de vista técnico como de la utilidad para la marca y la línea comunicativa.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar en Internet y fuera de él, dos conceptos separados. • La comunicación móvil: estados, líneas temporales y recolección de datos. • Identidad digital • El diálogo multifoco • Marco legal
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se verá el funcionamiento general de las redes sociales, su modelos de comunicación y difusión de la información y el marco legal que la empara. Esta asignatura se complementa con las N1 y N3. Se recomienda haber cursado haber cursado previamente el módulo B (Web 2.0: La explosión de la redes)</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: F1.- Modelo de comunicación social en Internet Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S2 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				4		0%
Prácticas en el aula de informática				7		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		2		2		50 %
Prácticas en el aula de informática		7				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	

<p>MATERIA: F3.- Análisis, Medición y cuantificación Módulo al que pertenece: F - Social media Tipo: Obligatoria ECTS: 3 Semestre: S2 Lenguas en las que se imparte: Español Modalidad de enseñanza: Online y semipresencial</p>
<p>COMPETENCIAS: Básicas / Generales / Transversales: CB1, CB2, CB3, CB4, CB5 y CG1 Específicas: CE1, CE2, CE4, CE5, CE6 y CE7</p>
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE PREVISTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquisición de las competencias básicas, generales y específicas detalladas anteriormente. • Aprender a medir efectos de las acciones en internet. • Aprender a controlar la reputación de los perfiles de las redes sociales. • Aprender a utilizar las herramientas explicadas.
<p>BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control de la reputación on-line • Herramientas de medición • Análisis de resultados: medición del efecto de las campañas
<p>OBSERVACIONES (Requisitos previos, coordinación. Otras) En esta asignatura se aprenderá a medir los resultados de las acciones de los usuarios de las en las redes sociales y ver su grado de repercusión. Esta asignatura se complementa con las N1 y N2. Se recomienda haber cursado haber cursado previamente el módulo B (Web 2.0: La explosión de la redes).</p>
<p>ASIGNATURAS QUE COMPONEN LA MATERIA: Asignatura 1: F3.- Análisis, Medición y cuantificación Carácter: Obligatoria ECTS: 3 Unidad temporal: S2 Lenguas en las que se imparte: Español</p>

ACTIVIDADES FORMATIVAS ONLINE						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias				2		0%
Sesión magistral				4		0%
Prácticas en el aula de informática				7		0%
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	0	Total Horas Trabajo Autónomo	75	0%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	
ACTIVIDADES FORMATIVAS SEMIPRESENCIAL						
Actividad Formativa		Horas de dedicación presencial del estudiante		Horas de trabajo personal del estudiante.		Porcentaje de presencialidad
Actividades introductorias		1		1		50%
Sesión magistral		2		2		50 %
Prácticas en el aula de informática		7				100 %
Tutorías						
Actividades de seguimiento online				2		0%
Preparación de trabajos				25		0%
Trabajos				20		0%
Resolución de problemas				12		0%
Foros de discusión				3		0%
Total Horas	75	Total Presenciales horas	10	Total Horas Trabajo Autónomo	65	13,3%
SISTEMAS DE EVALUACION						
Prueba de evaluación			Ponderación máxima		Ponderación mínima	
Evaluación continua, Participación online y/o presencial			50%		40%	
Pruebas objetivas de tipo test			50%		40%	
Pruebas prácticas			50%		20%	