

GUÍA DOCENTE
COMUNICACIÓN EN
ENTORNOS DIGITALES

Comunicación En Entornos Digitales

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria
Organización temporal		Curso 2; Semestre 4
Modalidad		Presencial y Virtual
Idioma		Español
Contenidos		<p>La comunicación 360 grados. Técnicas publicitarias online y presencia web. Comunicación social en la red. Comunicación viral Técnicas de comunicación y marketing. Nuevas tendencias en comunicación interna. Big data y comunicación.</p>
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	<p>CC01 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio CC02 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.</p>
	Habilidades y destrezas	<p>HD01 Aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio HD04 Analizar problemas matemáticos o casos de estudio tecnológico, aplicando las habilidades y conocimientos adquiridos para abordarlo y resolverlo. HD05 Aplicar tecnologías de comunicaciones actuales y emergentes en el diseño de soluciones y y estrategias, basadas en sistemas y tecnologías de la información. HD06 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global HD10 Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional HD11 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes HD12 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad HD13 Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional</p>
	Competencias	
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar, interpretar y estructurar información digital. • Desarrollar un estilo de comunicación virtual en una comunidad de aprendizaje especializada en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. • Dominar las estrategias y herramientas de búsqueda en Internet conociendo los distintos formatos, soportes y sedes de almacenamiento de datos al servicio de la publicidad y las relaciones públicas. 		

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	28	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	28	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
	Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120	
Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	13	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	13	
	Actividades Dirigidas Asíncronas	30	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen	50	50
	Resolución problemas	10	30
	Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10	
Total	70	120	
Observaciones			