

FICHA TÉCNICA DE ASIGNATURA

1. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Grado	Comunicación Digital
Asignatura	Sistemas de Consumo Colaborativo en la Red
Módulo	Módulo VIII. Estrategias de Comunicación y Marketing Digital
Área Departamental	Ciencias Sociales y de la Salud
Semestre	Séptimo semestre
Créditos totales	6
Curso	4º
Carácter	Formación Optativa
Lengua de impartición	Castellano

Modelo de docencia:	Tipo B1
a. Enseñanzas Básicas (EB):	60% (27 horas)
b. Enseñanzas Prácticas y Desarrollo (EPD):	40% (18 horas)
c. Actividades Dirigidas (AD)	

2. COMPETENCIAS

2.1. Competencias Básicas

CB01	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB02	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB03	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB04	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB05	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

2.2. Competencias Generales

CG01	Capacidad para comprender y valorar la incidencia del entorno socioeconómico, político, jurídico y cultural en el desarrollo de los procesos comunicativos
CG02	Capacidad y habilidad para evaluar una situación y definir adecuadamente un problema o necesidad comunicativa desde la perspectiva de las ciencias sociales
CG08	Capacidad para comprender y analizar la estructura, funcionamiento y gestión de las empresas, con especial atención a las empresas que trabajan en entornos digitales
CG09	Capacidad para comprender y describir el estado del mundo y de su evolución histórica reciente, con especial atención a Europa, Iberoamérica y el área mediterránea, así como de la comprensión de sus parámetros básicos
CG13	Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación
CG15	Capacidad para comprender y aplicar los fundamentos de la comunicación persuasiva
CG17	Capacidad para comprender y valorar el marco jurídico de la información y de la comunicación en el que actúa el profesional de la comunicación
CG18	Capacidad para comprender y valorar las exigencias de la ética y deontología profesional, y los límites de la libertad de expresión que deben presidir el quehacer profesional del informador y del comunicador
CG19	Capacidad para conocer los fundamentos generales del marketing y de las herramientas que lo componen
CG20	Capacidad para conocer el comportamiento del consumidor y de las organizaciones que operan en los mercados

2.3. Competencias Transversales

CT01	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
CT02	Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en

	equipo	
CT03	Resolver problemas y tomar decisiones	
CT05	Capacidad para el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo para la consecución de un objetivo común y previo	
CT07	Adquirir habilidades para liderar un equipo	
CT09	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos	
CT10	Localizar y gestionar documentación e información	
CT11	Capacidad de adaptación a nuevas necesidades y cambios en el entorno tecnológico y empresarial	
CT13	Generar ideas emprendedoras e innovadoras con iniciativa en el diseño y la gestión de proyectos	
CT15	Conocer y manejar las nuevas tecnologías de la información	

2.4. Competencias Específicas

CE01	Dominio de las técnicas de promoción a través de las redes sociales	
CE02	Capacidad para comprender, analizar y generar los elementos constituyentes del mensaje y formatos de la comunicación persuasiva	
CE04	Habilidad para entender el funcionamiento de una red de afiliación y cuáles son los diferentes agentes que actúan en el proceso	
CE18	Capacidad de identificación y utilización de las estrategias y las herramientas de gestión de clientes y fidelización	
CE35	Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, teniendo en cuenta el nuevo público digital y adaptando los mensajes	
CE54	Habilidad en el manejo de los conceptos fundamentales de análisis, planificación, así como de las técnicas de elaboración de estrategias de marketing online en instituciones públicas, privadas y medianas y pequeñas empresas	
CE55	Capacidad y habilidad para diseñar nuevos modelos estratégicos en el ámbito del marketing de contenidos, así como su implementación en campañas y acciones	
CE56	Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, ayudando en el planteamiento y gestión del e-commerce	
CE57	Capacidad de identificación y análisis del fenómeno del consumo colaborativo en la Red, su alcance social y los modelos de negocio que se derivan del mismo	

3. CONTENIDOS

Análisis teórico e instrumental del fenómeno del consumo colaborativo en la red. Perspectivas sociológicas del consumo colaborativo en la red. Análisis de los distintos sistemas y plataformas de consumo colaborativo. Consumo colaborativo en redes sociales. Consumo colaborativo en plataformas abiertas. Formas de interacción y comunicación entre los particulares que demandan y ofertan productos. Aspectos legales de este fenómeno de intercambio de bienes y productos en la red. Utilización de los sistemas abiertos por parte de operadores y distribuidores.

4. ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDADES FORMATIVAS	HORAS	PRESENCIALIDAD
Actividades Presenciales (AP): se imparten sobre el grupo completo y comprende la lección magistral del profesor, así como el análisis de supuestos, debates y proyección.	45	30%
Actividades Autónomas (AA): El alumno realizará una serie de trabajos individuales y en grupo en los que se trabajarán los distintos contenidos de la asignatura,	90	0
Actividades de Evaluación (AE): Se realizarán un aserie de pruebas orales y escritos. Además se realizará un examen escrito teórico práctico al final del periodo.	15	0

5. METODOLOGÍAS DOCENTES

METODOLOGÍA

Para la adquisición de conocimientos y evaluación del alumno se realizarán las siguientes acciones:

- Clases magistrales/expositivas (AP)
- Conferencias (AP)
- Realización de presentaciones en clase (AP)
- Ejemplificación y estudio de casos (AP)
- Prácticas de aula (AP)
- Prácticas en talleres y laboratorio (AP)
- Exposición de trabajos en grupo (AP)
- Tutorías programadas (AA)
- Revisión de trabajos y ejercicios prácticos (AA)
- Portfolios y trabajos supervisados (AA)
- Preparación de trabajos de curso (AA)
- Estudio personal (AA)
- Realización de actividades prácticas (AA)
- Búsqueda de recursos en biblioteca e Internet (AA)
- Preparación de presentaciones (AA)
- Campus virtual (AA)
- Trabajo y permanencia en el centro para realizar las prácticas (AA)
- Conjunto de pruebas orales, escritas, prácticas, proyectos y trabajos utilizados en la evaluación del progreso de cada estudiante (AE)

6. SISTEMAS DE EVALUACIÓN

La evaluación se hará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

La valoración de cada tipo de actividad se hará en función de la dedicación definida para cada una de ellas a través de los siguientes porcentajes:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJES
Prueba objetiva: escrita u oral	40 %
Evaluación de trabajos o proyectos, individuales o en grupo	40 %
Participación en Enseñanzas Básicas, Enseñanzas de Prácticas y Desarrollo o Actividades Dirigidas	20%

7. PROFESORADO

Información disponible en la Guía Docente.