

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	TECNOLOGÍAS DE GESTIÓN
Titulación	GRADO EN MARKETING
Escuela/ Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Curso	PRIMERO
ECTS	6 ECTS
Carácter	BÁSICA
Idioma/s	ESPAÑOL
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º SEMESTRE
Curso académico	2024 – 2025
Docente coordinador	GARCÍA ULL, FRANCISCO JOSÉ

2. PRESENTACIÓN

La asignatura de Tecnologías de Gestión proporcionará al alumno conocimientos y herramientas actuales para organizar entornos de negocios. El curso comienza con una introducción a los sistemas de información, continúa con una revisión de software básico como Excel, Word y Powerpoint. Sigue con una introducción a los sistemas integrados de control de gestión (Enterprise Resources Planning, ERP). También mostrará herramientas de software más complejas como Access o Web Analytics. A lo largo de este curso, el estudiante podrá revisar y aprender los conceptos y herramientas básicos para seguir otros cursos del grado. Por ejemplo, en asignaturas tales como Análisis de mercado, Estadísticas, Econometría o Gestión financiera, le resultará muy útil disponer de un conocimiento sólido de computadoras y software.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias transversales:

- CT02 - Aprendizaje autónomo: Conjunto de habilidades para seleccionar estrategias de búsqueda, análisis, evaluación y gestión de la información procedente de fuentes diversas, así como para aprender y poner en práctica de manera independiente lo aprendido.
- CT05 - Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.

Competencias específicas:

- CE05 - Capacidad para comprender el papel del marketing dentro del proceso de planificación estratégica de la empresa (Misión - Visión - Valores - Estrategias - Plan de acción - Plan de marketing).
- CE10 - Capacidad para aplicar las técnicas que, orientadas hacia el marketing, permitan a la empresa emprender y liderar de manera respetuosa con los valores democráticos.
- CE17 - Capacidad para organizar el trabajo de forma que se cumplan los hitos establecidos, estimando correctamente los tiempos de desarrollo de las acciones propuestas en el plan de marketing.
- CE23 - Capacidad para reconocer las actuaciones de marketing en las que impacta el entorno tecnológico.

Resultados de aprendizaje:

- RA1 - Conocer las funcionalidades mínimas para implementar en una empresa herramientas como Excel, Access o Web Analytics.
- RA2 - Conocer las herramientas básicas para implementarlas correctamente en las distintas áreas: finanzas, recursos humanos, operaciones/producción, marketing, gestión de clientes, etc.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB5, CT02, CT05, CE10, CE23	RA1: Conocer las funcionalidades mínimas para implementar en una empresa herramientas como Excel, Access o Web Analytics
CB5, CT02, CT05, CE05, CE17, CE23	RA2: Conocer las herramientas básicas para implementarlas correctamente en las distintas áreas: finanzas, recursos humanos, operaciones/producción, marketing, gestión de clientes, etc.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en siete unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (cuatro o cinco temas dependiendo de las unidades):

Unidad 1. Introducción

- 1.1. Nociones básicas de informática.
- 1.2. Breve historia de Internet.
- 1.3. La nube: definición y ejemplos.
- 1.4. Buen uso de las herramientas informáticas.

Unidad 2. Hojas de cálculo: Excel

- 2.1. Fundamentos de Excel
- 2.2. Excel 1. Introducción y conceptos básicos.
- 2.3. Excel 2. Fórmulas y funciones.
- 2.4. Excel 3. Tablas y funcionalidades avanzadas.
- 2.5. Introducción a las bases de datos.

Unidad 3. Gestión de bases de datos: Access

- 3.1. Bases de datos SQL
- 3.2. Introducción de registros.
- 3.3. Gestión de la información en BBDD
- 3.4. Consultas en bases de datos

Unidad 4. Customer Relationship Management CRM

- 4.1. Definición de CRM y principales sistemas del mercado.
- 4.2. Principales características de los sistemas CRM.
- 4.3. Introducción a Odoo
- 4.4. Casos prácticos de CRM

Unidad 5. Análisis de contenido Web Google Analytics

- 5.1. Análisis y medición de audiencias en Internet
- 5.2. Principales indicadores o KPI
- 5.3. Introducción a Google Analytics
- 5.4. Instalación y uso de Google Analytics

Unidad 6. Análisis de contenido de redes sociales: Social Analytics

- 6.1. Análisis y medición de audiencias en redes sociales
- 6.2. Análisis de audiencias en Twitter
- 6.3. Análisis de audiencias en Youtube con Youtube Data Tools
- 6.4. Análisis de audiencias en Meta
- 6.5. Representaciones gráficas de audiencias

Unidad 7. Introducción a sistemas integrales de gestión: ERP

- 7.1. Definición y funcionalidades de un ERP
- 7.2. Principales sistemas del mercado y características
- 7.3 ERP on-premise versus Nube.
- 7.4. Casos de estudio y ejemplos prácticos.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
AF1 Tutoría	10
AF2 Clases magistrales	30
AF3 Clases magistrales asíncronas	10
AF4 Trabajo autónomo	32
AF5 Exposiciones orales	5

AF6 Análisis de casos y resolución de problemas	30
AF7 Actividades participativas grupales	20
AF8 Pruebas de conocimiento	3
AF9 Realización de trabajos / proyectos	10
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	50%
Exposiciones orales	20%
Observación del desempeño	20%
Diario reflexivo	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Práctica Word y Power Point	Semana 2
Actividad 2. Práctica Excel 1	Semana 5
Actividad 3. Práctica Excel 2	Semana 7
Actividad 4. Práctica Access	Semana 10
Actividad 5. Presentación CRM y ERP	Semana 13
Actividad 6. Práctica Google Analytics	Semana 14-15
Actividad 7. Prueba objetiva de Conocimientos	Semana 16-17

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

La obra recomendada para el seguimiento de la asignatura es:

- Castellanos Nieves, D.; Quesada Martínez, M.; Fernández Breis, J. "Aplicaciones de las nuevas tecnologías a la formación en el ámbito de la salud". Madrid: Dykinson, 2018
- Feldstein, S. "The Rise of digital repression: how technology is reshaping power, politics, and resistance". New York, NY: Oxford University Press, 2021
- Fernández-Quijada, D.; Ramos-Serrano, M. "Tecnologías de la persuasión: Uso de las TIC en publicidad y relaciones públicas". Barcelona: UOC, 2014
- García-Ull, F.J. "Manual de ejercicios para el análisis de datos en Internet". Valencia. Papers, 2024
- Maciá Pérez, F.; García Chamizo, J.M.; Mora Gimeno, F. J. "Desarrollo de grandes aplicaciones distribuidas sobre internet". New York: DIGITALIA, 2005
- Mella Méndez, L.; Moreno Solana, A.; Nuñez-Cortés, P. "Nuevas tecnologías y nuevas maneras de trabajar". Madrid: Dykinson, 2017
- Sanagustín Fernández, E. "Plan de contenidos para medios sociales". Barcelona. UOC, 2017
- Treiblmaier, H.; Clohessy, T. "Blockchain and Distributed Ledger Technology Use Cases Applications and Lessons Learned". Springer International Publishing, 2020
- Van Tulder, R.; Verbeke, A.; & Piscitello, L. "International Business in the Information and Digital Age". Bingley: Emerald Publishing Limited, 2018

Se recomendará una amplia variedad de artículos académicos durante las clases para respaldar esta bibliografía básica

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la

titulación. Muchas gracias por tu participación.