



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

**GUÍA DOCENTE**

**ASIGNATURA: BIG DATA y OPEN  
DATA**

**TITULACIÓN: GRADO DE  
COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:  
PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2019-2020**

# ÍNDICE

RESUMEN .....	3
DATOS DEL PROFESORADO.....	3
REQUISITOS PREVIOS .....	4
COMPETENCIAS .....	4
RESULTADOS DE APRENDIZAJE .....	5
CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA .....	6
METODOLOGÍAS .....	6
ACTIVIDADES FORMATIVAS .....	6
SISTEMA DE EVALUACIÓN.....	7
BIBLIOGRAFÍA .....	8

## RESUMEN

Centro	Facultad de Comunicación		
Titulación	GRADO EN COMUNICACIÓN		
Asignatura	Big Data y Open Data	Código	F2C1G03033
Materia			
Módulo			
Carácter	Obligatoria		
Curso	Grado en Comunicación		
Semestre	5		
Créditos ECTS	6		
Lengua de impartición	Castellano		
Curso académico	2019-2020		

## DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	JULIO RUFO TORRES
Correo electrónico	julio.rufo@pdi.atlanticomedio.es
Teléfono	
Tutorías	Martes a Jueves de 17:00 a 18:00

## RESUMEN

La asignatura, como los fenómenos que trata estudiar, es de reciente creación y no pertenece a ningunos de los ámbitos tradicionales de las asignaturas de comunicación. Sin embargo, los temas tratados resultan ya de fundamental importancia para la preparación de profesionales que se dediquen a éste ámbito.

Por un lado, conocer los fenómenos de Big Data y Open Data, así como su implicación para el mundo de la empresa y de la comunicación es parte de los conocimientos que todo profesional tiene que tener.

Por el otro, es, asimismo, fundamental que los profesionales conozcan en el detalle los procesos relativos a la creación y el análisis de una de las grandes fuentes de información. En otras palabras, los profesionales de la comunicación están cada vez más interesados en conocer los ámbitos en los cuales se crea la información, la manera en la cual esta puede ser almacenada y tratada, así como algunas técnicas para comunicar los resultados de dicho análisis.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de analizar, diseñar y construir una aplicación web sencilla usando las tecnologías más empleadas.
- Ser capaz de diseñar, planificar el desarrollo y gestionar la operación de un sistema de almacenamiento de contenidos (base de datos) orientado a Internet.



- Conocer de los principios básicos del "Business Analytics".
- Acceder a fuentes de información estructurada y no estructurada que pueden facilitar los procesos de toma de decisiones.
- Utilizar técnicas de investigación operativa para la toma de decisiones.
- Conocer la estructura empresarial del sector de la comunicación y la publicidad especialmente en el entorno on-line.
- Capacitación para el ejercicio de las funciones del Social Media Strategist y el Community Manager dentro del esquema comunicativo y de los atributos, normas y principios básicos del Marketing Digital (Redes Sociales, SEO, SEM, Analítica, Marketing de Contenido, Marketing Relacional, Buzz Marketing, Email Marketing, Afiliación...).
- Conocer los fundamentos del marketing, su relación con la publicidad y entender el concepto de marca; desarrollar la capacidad y habilidad para desarrollar proyectos de investigación y análisis relacionados con las marcas especialmente en el entorno on-line.

---

## REQUISITOS PREVIOS

---

Haber cursado las asignaturas de:  
Marketing (2º Curso, 1º Semestre)  
Tecnologías de la comunicación (2º Curso, 1º Semestre)

---

## COMPETENCIAS

---

### BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CG4 - Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.

CG7 - Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.

CB1 - 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

CB2 - 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

CB3 - 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

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

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

#### ESPECÍFICAS

CE14 - Conocimiento y capacidad para utilizar los recursos y posibilidades específicas de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) en un formato multimedia y en nuevos soportes digitales.

CE15 - Adquirir la capacidad y habilidad para el diseño de los aspectos formales y estéticos en entornos digitales, así como el uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos.

CE16 - Capacidad de estructurar comunidades virtuales en los social media, utilizando las herramientas y tendencias en el tratamiento de personas y datos y programación de contenidos.

CE17 - Capacidad para redactar contenidos multimedia con un enfoque informativo y promocional, considerando el nuevo público digital y adaptando los mensajes.

CE18 - Capacidad y habilidad para estructurar los contenidos audiovisuales de los productos digitales presentes en la Red, conforme a criterios de usabilidad y ordenación de la información.

CE19 - Conocimiento de los nuevos paradigmas y procesos estratégicos en la creación de la identidad digital en las instituciones públicas y privadas.

CE20 - Conocimiento 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.

CE21 - Conocimiento de las técnicas de seguimiento y monitorización de datos en Internet.

CE22 - Capacidad y habilidad para identificar, valorar y gestionar demandas emergentes en el comercio electrónico, ayudando en el planteamiento y gestión del e-commerce.

---

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Ser capaz de analizar, diseñar y construir una aplicación web sencilla usando las tecnologías más empleadas.

Ser capaz de diseñar, planificar el desarrollo y gestionar la operación de un sistema de almacenamiento de contenidos (base de datos) orientado a Internet.

Conocer de los principios básicos del "Business Analytics".

Acceder a fuentes de información estructurada y no estructurada que pueden facilitar los procesos de toma de decisiones.

Utilizar técnicas de investigación operativa para la toma de decisiones.

Conocer la estructura empresarial del sector de la comunicación y la publicidad especialmente en el entorno on-line.

Capacitación para el ejercicio de las funciones del Social Media Strategist y el Community Manager dentro del esquema comunicativo y de los atributos, normas y principios básicos del Marketing Digital (Redes Sociales, SEO, SEM, Analítica, Marketing de Contenido, Marketing Relacional, Buzz Marketing, Email Marketing, Afiliación...).

Conocer los fundamentos del marketing, su relación con la publicidad y entender el concepto de marca; desarrollar la capacidad y habilidad para desarrollar proyectos de investigación y análisis relacionados con las marcas especialmente en el entorno on-line.

---

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

### BIG DATA Y OPEN DATA

Introducción al "Business Analytics" y la toma de decisiones en las organizaciones.

Gestión de información estructurada y no estructurada: de los datos al conocimiento.

Datos en abierto.

Análisis inteligente de datos.

Investigación de operaciones y toma de decisiones. Conceptos y herramientas.

---

## METODOLOGÍAS

---

### METODOLOGÍAS DOCENTES

Método expositivo. Lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

---

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases expositivas	270	100
Sesiones de trabajo práctico	35	100
Proyectos y trabajos	35	100
Tutoría y seguimiento	54	100
Evaluación	54	100
Trabajo autónomo del alumno	810	0
Prácticas	81	100
Talleres	11	100

---

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

---

### Criterios de evaluación

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Asistencia y participación activa	10	10
Realización de trabajos y prácticas	40	40
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50	50

### Sistemas de evaluación

- Convocatoria ordinaria

La evaluación de la asignatura tendrá tres partes bien diferenciadas. La parte fundamental de la evaluación, con un valor del 50% de la nota final, será una prueba escrita teórico-práctica a realizar la última semana del curso. Esta prueba contendrá una parte tipo test y unas preguntas cortas de desarrollo sobre los bloques de estudio de la asignatura.

La segunda parte de la evaluación será la entrega de un trabajo teórico-práctico por parte del alumnado de la asignatura. Este trabajo será individual y versará sobre uno de los temas que serán solicitados en clase por el profesor de la asignatura. Esta parte de la evaluación tendrá un peso del 40% de la asignatura. Los trabajos serán entregados de manera limpia y ordenada, debidamente encuadernados en su caso, con el nombre del alumno, nombre de la asignatura, y curso correspondiente. Se entregarán en formato impreso, y en formato digital en la fecha indicada, tras la cual, no serán recogidos. En caso de no ser entregados en ambos formatos, o en fecha no se procederá a su corrección.

En último lugar, la evaluación se completa con la asistencia a clase del alumno con un peso del 10% de la nota final para los alumnos que asistan a todas las sesiones presenciales de la asignatura.

- Convocatoria extraordinaria y siguientes

El suspender cualquiera de las dos partes, prueba escrita teórico-práctica o realización de trabajos y prácticas, en la convocatoria ordinaria hace que el alumno tenga que acudir a la convocatoria extraordinaria para realizar de nuevo la parte no superada o ambas si fuese el caso. En caso de no superar la realización de trabajos y prácticas en convocatoria ordinaria el alumno entregará en convocatoria extraordinaria un trabajo y práctica distinto al propuesto en la convocatoria ordinaria y que será dictaminado por el profesor de la asignatura.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico, trabajos y prácticas) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

### Criterios de calificación

El criterio de evaluación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, deberán aprobarse cada una de las actividades de evaluación realizadas con una calificación igual o superior a 5.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.

Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles.

---

## BIBLIOGRAFÍA

---

- **Básica**

Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think*. Houghton Mifflin Harcourt.

Esparza, M (2017). *Blockchain is life. La nueva era de la trazabilidad digital*. Ed Saxo.

Merekl, B (2017) *Big data en la práctica*. Ed. Tell.

- **Complementaria**

Álvarez, I.(2018) *Hacia lo mínimo. Camino de sostenibilidad*. Versión Kindle.

Ghemawat, P (2008). *Semi globalization*. HBS Cambridge Press.

Maciá, D.(2018) *Estrategias de Marketing Digital*. Ed Anaya Multimedia.

- **Recursos web**

<https://www.anaconda.com/what-is-anaconda/>

<https://www.python.org/>

<https://neocities.org>

<https://www.ubuntu.com>



---

## RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

---

- a. **La asistencia a clase** es fundamental. Si el alumno se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. **Las clases comienzan y terminan** a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.
- c. **Está prohibido** comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. **Está terminantemente prohibido** hacer uso del teléfono móvil con fines personales.
- e. **Honestidad académica**. El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decano de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar "sin mala intención". Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El 'olvido' de una referencia será considerado plagio.
- f. **Integridad Académica**. La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. **Faltas de ortografía**. En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.