



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Nuevos Dispositivos y Aplicaciones Móviles

Grado en Comunicación
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2024-2025

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
Titulación	Comunicación
Asignatura	Nuevos Dispositivos y Aplicaciones móviles
Materia	Tecnologías, Herramientas y Estrategias Digitales
Carácter	Formación Obligatoria
Curso	3º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2024-2025

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Eleazar Caballero Sánchez
Correo Electrónico	Eleazar.caballero@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas:

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.

Competencias generales:

CG1

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

CG4

Desarrollar las habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía en el ámbito del protocolo y la organización de actos.

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.

Competencias transversales:

No existen datos.

Competencias 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.

CE19

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

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- 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.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- Dispositivos para la comunicación online. Tipología: telefonía, tabletas y nuevos soportes.
- Planificación estratégica del negocio móvil.
- Desarrollo de aplicaciones y servicios.
- Plataformas para dispositivos. Catálogos de aplicaciones.
- Mobile marketing. Gestión de la innovación.

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

Tema 1: DISPOSITIVOS PARA LA COMUNICACIÓN ONLINE. TIPOLOGÍA: TELEFONÍA, TABLETA Y NUEVOS SOPORTES.

1.2 Tipología de dispositivos.

1.3 Características de los dispositivos móviles

1.4 Movilidad y ubicuidad

1.5 Análisis de la evolución de la tecnología móvil y su afección en la comunicación.

Basado en artículo científico. Exposición en clase

Tema 2. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL NEGOCIO MÓVIL

2.1 Introducción a estrategia de negocio. Idea de negocio móvil

2.2 Evaluación de la idea de negocio / viabilidad del proyecto:

2.2.1 Análisis de las necesidades del cliente

2.2 Evaluación de la idea de negocio / viabilidad del proyecto:

2.2.2 Análisis del macroentorno

2.2.3 Análisis microentorno

2.2.4 Análisis DAFO

2.3 Viabilidad comercial

2.4 Viabilidad técnico-organizativa

Tema 3. PLATAFORMAS PARA DISPOSITIVOS. CATÁLOGOS DE APLICACIONES.

3.1 Presentación de las diferentes plataformas y sistemas operativos para dispositivos móviles

3.2 Sensores integrados en los dispositivos móviles

Tema 4. DESARROLLO DE APLICACIONES Y SERVICIOS

4.1 Análisis de requerimientos para aplicaciones móviles

4.2 Estrategias de desarrollo móvil

4.3 Elementos de diseño para una app móvil

Tema 5. MOBILE MARKETING. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN.

5.1 Introducción a la gestión de la innovación.

5.2 El Marketing Móvil: conceptos básicos

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

Semana 1-2:

Tema 1: Dispositivos para la comunicación online. Tipología

- Tipología de dispositivos, características de los móviles, movilidad y ubicuidad.
- Análisis de la evolución de la tecnología móvil y su impacto en la comunicación (basado en artículo científico).

Semana 3-4:

Tema 2: Planificación estratégica del negocio móvil (Parte 1)

- Introducción a la estrategia de negocio móvil, análisis de las necesidades del cliente y macroentorno.

Semana 5-6:

Tema 2: Planificación estratégica del negocio móvil (Parte 2)

- Análisis del microentorno, análisis DAFO, y viabilidad comercial.

Semana 7-8:

- Viabilidad técnico-organizativa del proyecto móvil.

Semana 9-10:

Tema 3: Plataformas para dispositivos y catálogos de aplicaciones

- Presentación de las plataformas móviles, sistemas operativos y sensores integrados.

Semana 11-12:

Tema 4: Desarrollo de aplicaciones y servicios

- Análisis de requerimientos, estrategias de desarrollo, y diseño de apps móviles.

Semana 13-14:

Tema 5: Mobile Marketing y gestión de la innovación (Parte 1)

- Introducción a la gestión de la innovación.

Semana 15-16:

- Conceptos básicos de marketing móvil.

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

ACTIVIDADES: seminario de inteligencia artificial. Aplicación de text mining.

A lo largo del curso se programará un seminario dirigido al análisis de grandes volúmenes de texto que los usuarios comparten a través de sus dispositivos móviles mediante plataformas web. Concretamente se pretende iniciar a los alumnos en técnicas de minado de texto y análisis de sentimientos tomando como referencia un conjunto de comentarios reales inscritos en una conocida plataforma de compra online.

Al tratarse de una actividad extraordinaria para el alumnado, y con objeto de evitar interrupciones en la misma, se realizará en una única sesión de 4h, con los descansos correspondientes.

METODOLOGÍA

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
Clases expositivas	33
Visitas a centros de interés	0
Proyectos y trabajos	27
Tutoría y seguimiento	4
Evaluación	8
Trabajo autónomo del alumno	68
Prácticas	6
Tallares	3

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno.

EVALUACIÓN

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	40%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	50%

Sistemas de evaluación

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

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” podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Criterios de Calificación

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el alumno haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases.**

En el caso de que los alumnos asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el alumno no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

Examen final teórico-práctico que podrá constar de la realización de test, resolución de problemas o casos prácticos: 50% de la nota final.

Resolución de pruebas intermedias y de los ejercicios propuestos en cada bloque de la asignatura: 40% de la nota final.

Participación activa: 10%

Para obtener la calificación final, sumando los criterios anteriores, es necesario haber obtenido un mínimo de cinco puntos sobre diez en la realización del examen final de convocatoria. No se realizarán exámenes liberatorios antes de la convocatoria ordinaria.

En caso de que el alumno no haya superado alguna de las partes en convocatoria ordinaria, podrá repetir aquella parte que no ha superado. En el caso de examen se deberá acoger a la fecha de examen de convocatoria extraordinaria marcada en calendario oficial. Si requiriera repetir la parte práctica, se le asignará un trabajo individual que deberá entregar antes de la fecha de finalización de la convocatoria extraordinaria.

No se permitirá trasladar las calificaciones obtenidas en algunas de las partes en distintos años académicos.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Cavaller, Víctor, et al. Estrategias y gestión de la comunicación online y offline, Editorial UOC, 2014
- Mobile Marketing association. Libro blanco sobre Marketing en móviles. IAB-Spain, 2013
- Cuello y Vittone. Diseñando apps para móviles (ebook), 2013
- Robert Ramírez Vique. Métodos para el desarrollo de aplicaciones móviles, Editorial UOC, 2013
- Oliveira, Andréa. Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. II. Públicos y stakeholders, Editorial UOC, 2018
- Matilla, Kathy. Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. I. Un modelo de planificación estratégica, paso a paso, Editorial UOC, 2018
- Mobile marketing association. El libro blanco de las APPs: guía de apps móviles, 2016