



UNAM

UNIVERSIDAD DEL
ATLÁNTICO MEDIO

Guía Docente

Nuevos Dispositivos y Aplicaciones Móviles

Grado en Comunicación

MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2025-2026

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

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	2025-2026

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Anecto Falcón Cabrera
Correo Electrónico	anecto.falcon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

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.
- Comprender el impacto de la tecnología móvil en la comunicación y los modelos de negocio digitales.
- Diseñar y evaluar estrategias para el desarrollo de negocios y aplicaciones móviles.
- Conocer las principales plataformas móviles, herramientas de desarrollo y principios de diseño UX/UI.
- Aplicar técnicas básicas de mobile marketing y analizar tendencias innovadoras del entorno móvil.

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. TECNOLOGÍA MÓVIL Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 1.1. Evolución de la tecnología móvil.
- 1.2. Tipología de dispositivos móviles: smartphones, tabletas, wearables, IoT, etc.
- 1.3. Características clave: movilidad, ubicuidad, conectividad, sensores integrados.
- 1.4. Impacto en los modelos de comunicación: cambios de hábitos comunicativos y sociales asociados a los dispositivos móviles.

TEMA 2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS EN ENTORNOS MÓVILES

- 2.1. Introducción a la estrategia de negocio digital y móvil.
- 2.2. De la idea al modelo de negocio: propuesta de valor y validación.
- 2.3. Análisis del entorno macro y micro: tendencias, competencia y usuarios.
- 2.4. Estudio de viabilidad: DAFO, viabilidad comercial, organizativa y técnica.
- 2.5. Taller práctico: evaluación de una idea de negocio móvil real o simulada.

TEMA 3. PLATAFORMAS MÓVILES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

- 3.1. Sistemas operativos móviles actuales: Android, iOS, otros.
- 3.2. Tipos de aplicaciones móviles: nativas, híbridas, web apps.
- 3.3. Sensores y capacidades de los dispositivos móviles.
- 3.5. Catálogos de aplicaciones y tendencias en las stores.

TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES

- 4.1. Fases del desarrollo de una app: desde el requerimiento al prototipo.
- 4.2. Análisis de requerimientos funcionales y técnicos.
- 4.3. Principios de diseño UX/UI para móviles.
- 4.4. Estrategias de desarrollo adaptadas al negocio y al usuario final.
- 4.5. Taller práctico: diseño básico de interfaz y arquitectura de una app.
- 4.6. Taller práctico: introducción al desarrollo híbrido con PhoneGap.

TEMA 5. MOBILE MARKETING E INNOVACIÓN

- 5.1. Fundamentos del Mobile Marketing: definición y canales clave.

- 5.2. Técnicas actuales: notificaciones push, geolocalización, ASO, apps como canal de fidelización.
- 5.3. Mobile-first y su impacto en el marketing digital.
- 5.4. Introducción a la gestión de la innovación en el entorno móvil.
- 5.5. Tendencias emergentes: apps con IA, superapps, realidad aumentada, 5G, apps sin instalación (PWAs).

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	TEMA 1. TECNOLOGÍA MÓVIL Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL
2	TEMA 1. TECNOLOGÍA MÓVIL Y SU IMPACTO EN LA COMUNICACIÓN DIGITAL
3	TEMA 2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS EN ENTORNOS MÓVILES
4	TEMA 2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS EN ENTORNOS MÓVILES
5	TEMA 2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS EN ENTORNOS MÓVILES
6	TEMA 2. ESTRATEGIA Y PLANIFICACIÓN DE NEGOCIOS EN ENTORNOS MÓVILES
7	TEMA 3. PLATAFORMAS MÓVILES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS
8	TEMA 3. PLATAFORMAS MÓVILES Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS
9	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
10	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
11	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
12	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
13	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
14	TEMA 4. DISEÑO Y DESARROLLO DE APLICACIONES MÓVILES
15	TEMA 5. MOBILE MARKETING E INNOVACIÓN
16	TEMA 5. MOBILE MARKETING E INNOVACIÓN

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

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	30
Sesiones de trabajo práctico	4
Proyectos y trabajos	3
Tutoría y seguimiento	6
Evaluación	6
Trabajo autónomo del alumno	90
Prácticas	9
Talleres	2

Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del trabajo autónomo del estudiante.

EVALUACIÓN

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

La evaluación de la asignatura se basa en un modelo continuo y competencial, con un enfoque práctico. El sistema combina pruebas escritas, resolución de casos reales, uso de herramientas digitales, participación activa en clase y la elaboración de un proyecto final aplicado.

- **Examen final teórico- práctico:**

La evaluación incluirá un único examen al término de la asignatura que presentará un formato mixto:

- Una parte será de preguntas tipo test orientadas a comprobar la asimilación de conceptos fundamentales.
- La mayor parte del examen estará compuesta por preguntas de desarrollo, formuladas a partir de casos prácticos similares a los trabajados en clase, donde el alumnado deberá aplicar conceptos, argumentar decisiones estratégicas, seleccionar herramientas y justificar acciones de comunicación digital.

Esta estructura busca evaluar no solo la memorización de contenidos, sino especialmente la capacidad de análisis, diagnóstico y resolución profesional.

- **Resolución de casos o problemas, individual o grupalmente:**

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán diversas actividades prácticas, tanto individuales como en grupo, en las que el alumnado:

- Resolverá problemas reales relacionados con empresas y organizaciones actuales.
- Participará en simulaciones prácticas orientadas a la ideación, diseño y validación de modelos de negocio digitales basados en aplicaciones móviles.
- Trabajará con herramientas reales de diseño y desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles.

Estas prácticas permitirán al alumnado desarrollar competencias transversales como el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la creatividad o la argumentación crítica.

Además, cada estudiante deberá entregar al final de la asignatura un **Plan de Desarrollo de APP** completo para un negocio digital real o simulado. Este proyecto integrará todos los contenidos trabajados durante el curso. El trabajo será defendido de forma escrita y/o oral, y evaluado en base a su viabilidad, creatividad, coherencia estratégica y fundamentación profesional.

- **Participación:**

Se valorará activamente la implicación del alumnado en el desarrollo diario de la asignatura mediante los siguientes criterios:

- Asistencia regular a clase.
- Predisposición a intervenir en debates, responder preguntas o compartir opiniones.

- Actitud colaborativa y proactiva en los trabajos grupales.
- Interés y responsabilidad en el uso de herramientas digitales durante las sesiones prácticas.

La participación no se limita al número de intervenciones, sino a la calidad del compromiso, el respeto al grupo y la capacidad de aportar valor al aprendizaje colectivo.

Sistemas de evaluación

- Primera matrícula

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

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

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- **Convocatoria ordinaria:**

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

- **Dispensa académica:**

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

- **Segunda y siguientes matrículas**

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

- **Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:**

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como “No presentado” en actas.

Información adicional

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

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

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

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

Complementaria

- Beard, J., & George, J. (2020). The Principles of Beautiful Web Design (4th ed.). SitePoint.
- Gaspar, G., & López, M. (2023). Sistemas de Gestión de Contenidos: Estrategias y Herramientas para la Empresa Digital. Editorial Anaya Multimedia.
- Morville, P., & Rosenfeld, L. (2015). Information Architecture: For the Web and Beyond (4th ed.). O'Reilly Media.
- Pastor, L., & Rojas, F. (2021). Aplicaciones Móviles para Empresas: Diseño, Desarrollo e Integración. Editorial Ra-Ma.
- Wermelinger, P. (2021). Headless CMS and Decoupled Architectures. Manning Publications.
- Mehta, R., & Mohta, S. (2020). App Store Optimization: A Practical Guide to ASO. Independently Published.
- Porter, J. (2023). Designing for the Digital Age: Applications, Websites, and CMS Platforms. UX Press.