

Comunicación en entornos digitales

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 2; Semestre 4	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación 360 grados. • Técnicas publicitarias online y presencia web. • Comunicación social en la red. Comunicación viral • Técnicas de comunicación y marketing. • Nuevas tendencias en comunicación interna. • Big data y comunicación. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC01 Conocer las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio CC02 Conocer herramientas para el desarrollo de proyectos de emprendimiento innovadores y diferenciales.
	Habilidades y destrezas	HD01 Aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio HD04 Analizar problemas matemáticos o casos de estudio tecnológico, aplicando las habilidades y conocimientos adquiridos para abordarlo y resolverlo. HD05 Aplicar tecnologías de comunicaciones actuales y emergentes en el diseño de soluciones y y estrategias, basadas en sistemas y tecnologías de la información. HD06 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global HD10 Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional HD11 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes HD12 Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad HD13 Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional
Resultados de aprendizaje ASIGNATURA		
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar, interpretar y estructurar información digital. • Desarrollar un estilo de comunicación virtual en una comunidad de aprendizaje especializada en el ámbito de la Publicidad y de las Relaciones Públicas. • Dominar las estrategias y herramientas de búsqueda en Internet conociendo los distintos formatos, soportes y sedes de almacenamiento de datos al servicio de la publicidad y las relaciones públicas. 		

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas	13
Seminarios	2
Clases prácticas	13
Actividades Dirigidas Asíncronas	30
Tutorías	12
Trabajo autónomo	76
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120