



**CEU**  
*Universidad  
San Pablo*

## **Guía Docente**

***MÓDULO I: EL ENTORNO Y LA INDUSTRIA DE LA  
COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA***

***CURSO: PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE***

***MODALIDAD: PRESENCIAL***

***CURSO 2018***

***FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN***

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

### 1.- MÓDULO:

|  |   |                    |
|--|---|--------------------|
| Nombre: EL ENTORNO Y LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA              |   |                    |
| Código: ON11   |   |                    |
| Máster en que se imparte el módulo: MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN MULTIMEDIA                | Semestre(s) en el que se imparte: Primero y Segundo |                    |
| Carácter: Obligatoria  | ECTS: 12  | Horas ECTS: 300 h. |
| Idioma: Castellano   | Modalidad: Presencial                               |                    |
| Facultad en la que se imparte la titulación: FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN |   |                    |

### 2.- ORGANIZACIÓN DEL MÓDULO:

|   |
|---|
| Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad |
| Área de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas |

## 2. PROFESORADO DEL MÓDULO

### 1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROFESORADO:

| Responsable del Módulo        | DATOS DE CONTACTO             |
|-------------------------------|-------------------------------|
| Nombre:                       | Dr. Pablo Velasco             |
| Tlfno (ext):                  | 914564200                     |
| Email:                        | pvelasco@ceu.es               |
| Perfil Docente e Investigador | Doctor en Derecho por la UNED |

| Profesores   | DATOS DE CONTACTO          |
|--------------|----------------------------|
| Nombre:      | D. Álvaro Varona           |
| Tlfno (ext): | 911310100                  |
| Email:       | avarona.profesor@tracor.es |

| Profesores   | DATOS DE CONTACTO        |
|--------------|--------------------------|
| Nombre:      | Dr. Sergio Ríos Aguilar  |
| Tlfno (ext): | 911310100                |
| Email:       | srios.profesor@tracor.es |

## 2.- ACCIÓN TUTORIAL:

Para todas las consultas relativas al módulo, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail, del teléfono y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL MÓDULO

El alumno adquirirá las competencias, habilidades y destrezas que le permitirán situarse en el entorno de la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva, comprendiendo su estructura y cómo se producen las diversas interacciones entre las diferentes fuerzas competitivas en los varios sectores o segmentos de la industria. Adquirirá las destrezas en el uso de las técnicas de análisis que le permitirán identificar cadenas de valor y estrategias genéricas, obtener conclusiones, realizar interpretaciones y seleccionar estrategias. A través del uso de la investigación estratégica aplicada, aprenderá a identificar los factores clave de éxito de una industria y, con el uso de las técnicas y herramientas adecuadas, a identificar actitudes y comportamientos de los consumidores, a identificar públicos objetivos, a hacer investigación sobre posicionamientos, mercados, productos, competencia, etc., así como a realizar *benchmarking*. Para ello, además de utilizar técnicas tradicionales sabrá cómo obtener información, crear recursos y realizar analítica y métrica en el ámbito de Internet utilizando las técnicas y herramientas propias de ese entorno tecnológico y de comunicación. El conocimiento de todas las tecnologías digitales para la comunicación multimedia es una parte esencial del módulo que permitirá al alumno conocerlas en todas sus características y ámbitos de aplicación, desarrollando destrezas específicas en el uso de algunas de ellas como es, por ejemplo, la instalación y gestión básica de servidores Web basados en tecnología LAMP, entendiendo los protocolos, lenguajes involucrados, sistemas operativos, etc., que luego le serán indispensables en otros módulos y materias del Máster. Finalmente, el módulo se ocupa de que el alumno sea conocedor del marco regulativo de la industria y consciente de los aspectos éticos que le corresponde tener en cuenta como profesional de la comunicación multimedia.

## 4. COMPETENCIAS

### 1.- COMPETENCIAS:

| Código | Competencias Básicas y Generales  |
|--------|---|
| CB6    | Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación   |
| CB7    | Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.  |
| CB8    | Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. |
| CB9    | Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.   |
| CB10   | Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.   |

|   |  |
|---|--|
| A | Capacidad de análisis y de síntesis de información relacionada con los nuevos medios.  |
| B | Capacidad de organizar y planificar.   |
| C | Capacidad de organizar y planificar.   |
| D | Habilidades en el manejo de herramientas informáticas para Internet.   |
| E | Habilidad de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información procedente de fuentes diversas en Internet y otros medios). |
| F | Capacidad para la resolución de problemas.   |
| G | Capacidad para la toma de decisiones.  |
| H | Capacidad crítica y autocrítica.   |
| I | Capacidad para integrarse y/o coordinar grupos de trabajo multidisciplinares.  |
| J | Habilidades interpersonales.   |
| K | Capacidad para hacer comprensibles soluciones técnicas a públicos no especializados.   |
| L | Conocer y aplicar los fundamentos éticos de la práctica profesional.   |
| M | Capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica.  |
| N | Capacidad de aprender de manera autónoma.  |
| Ñ | Capacidad de adaptación y actualización profesional respecto a la evolución de las tecnologías de la información y su entorno                    |
| O | Capacidad de adaptación para trabajar en diferentes roles profesionales dentro del medio.  |
| P | Capacidad para gestionar proyectos en Internet o relacionados con nuevos medios.   |
| Q | Iniciativa, proactividad y espíritu emprendedor.   |
| R | Preocupación por la calidad.   |

| Código | Competencias Específicas  |
|--------|---|
| C1     | Capacidad para identificar las distintas industrias involucradas y, con precisión, los distintos segmentos que forman parte de las industrias y sectores de la comunicación digital y multimedia interactiva, así como las fuerzas competitivas y del entorno y los actores que la componen.  |
| C2     | Conocimiento de herramientas específicas y técnicas de análisis estructural y competitivo, y capacidad, mediante su aplicación práctica, para comprender cómo interactúan entre sí las distintas fuerzas que componen la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva.   |
| C3     | Capacidad para identificar estrategias, cadenas de valor y realizar propuestas generales sobre posibles estrategias genéricas.  |
| C4     | Conocimiento de las herramientas existentes para la investigación estratégica y capacidad para afrontar un proceso básico de investigación, con sus objetivos, gestión de proceso, obtención de resultados y análisis cualitativo de los mismos, obteniendo conclusiones relevantes, así como su interpretación, para el objetivo de la investigación y aplicadas al planteamiento de una estrategia de competencia, de mercado, producto, o de comunicación. |
| C5     | Conocimiento y capacidad para analizar críticamente las fuentes y centros de información especializada disponibles en Internet. Capacidad para buscar, seleccionar, comparar, evaluar y organizar información proveniente de la Web (pasar de la Web superficial a la profunda) y fuentes alternativas.   |
| C6     | Comprensión del significado y utilidad de las principales métricas Web. Capacidad para  |

|     |  |
|-----|--|
|     | seleccionar las métricas clave (Key Performance Indicators), interpretarlas y relacionarlas con los objetivos estratégicos y de comunicación.  |
| C7  | Capacidad para establecer medidas de análisis para evaluar el retorno de la inversión de las acciones de comunicación en la Web.   |
| C8  | Destreza en el uso de diversas herramientas para la medición y análisis Web tanto off-site (Webs ajenas a la propia) como on-site (la Web propia).   |
| C9  | Conocimiento de las herramientas disponibles para monitorizar la reputación de una marca y las conversaciones que se desarrollan en la blogosfera y redes sociales   |
| C10 | Capacidad para presentar conclusiones sobre analítica Web de manera ordenada e integradora.  |
| C11 | Conocimientos de hardware y software, de los sistemas operativos que los gobiernan, de configuraciones que los optimicen y sobre los requisitos técnicos necesarios para una informática aplicada eficiente y eficazmente al grafismo digital.   |
| C12 | Conocimiento de los diferentes formatos, plataformas y metodologías de gestión de la información para la producción, almacenamiento y distribución de contenidos digitales.  |
| C13 | Comprensión del funcionamiento de Internet como red de redes descentralizada así como de las tecnologías y plataformas hardware de interconexión y de provisión de servicios (servidores, redes, alojamiento, etc.). Conocimiento de los elementos tecnológicos necesarios para el funcionamiento de la Web (protocolos de Internet: TCP-IP, HTTP, SSL, FTP, etc.) y comprensión global de los lenguajes de contenidos (XHTML, XML, CSS, etc). |
| C14 | Conocimiento de las tecnologías que integran una aplicación basada en la Web, tanto desde la parte cliente HTTP, como del servidor, así como de la fuente de datos, con hincapié en las alternativas existentes para la generación dinámica de contenidos, así como en lo referente a plataformas completas para la provisión de servicios a través de la Web (entornos LAMP, WAMP, etc.)  |
| C15 | Conocimiento de los sistemas de comunicaciones móviles e inalámbricas y de los sistemas operativos para dispositivos móviles, así como de sus capacidades para el acceso a servicios, tanto basados en navegación como basados en descargas.   |
| C16 | Conocimiento de la legislación vigente y las situaciones pendientes de regulación jurídica relacionadas con la comunicación digital y multimedia (derecho de autor, licencias de contenidos digitales, copyleft, creative commons, delitos, privacidad, open source, etc.).  |
| C17 | Conocimiento de las principales cuestiones relacionadas con la aplicación de los principios éticos de la práctica profesional en la comunicación digital, multimedia e interactiva y en los nuevos medios.   |
| C18 | Conocimiento del pasado, evolución y situación actual del proceso de convergencia de medios y capacidad para analizar situaciones de la comunicación, imaginar escenarios posibles y valorar su impacto.   |

## 2.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

| Código | Resultados de Aprendizaje  |
|--------|--|
| R1     | Mediante el planteamiento de casos de estudio los alumnos elaborarán informes en los que demostrarán ser capaces de aplicar herramientas de análisis estructural y competitivo a los distintos segmentos de la industria para establecer conclusiones sobre estrategias genéricas existentes, ventajas competitivas, modelos organizativos, modelos de negocio e identificación de su cadena de valor. |
| R2     | Mediante un caso práctico el alumno demostrará que es capaz de plantear un investigación estratégica, describiendo con claridad los objetivos, el proceso, y el análisis de resultados con las correspondientes conclusiones.  |
| R3     | Mediante ejercicios específicos el alumno demostrará que es capaz de utilizar técnicas, recursos y métodos avanzados de recuperación de información en Internet.   |

|     |  |
|-----|--|
| R4  | Mediante el trabajo práctico sobre un sitio Web real, el alumno estará capacitado al finalizar la materia para implementar una estrategia de investigación y análisis en la Web en el que demostrará: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que sabe definir unos objetivos de la investigación.</li> <li>- Que es capaz de establecer las bases necesarias para la colocación de códigos de medición en el sitio Web.</li> <li>- Que sabe seleccionar las métricas clave que serán evaluadas.</li> <li>- Que es capaz de utilizar herramientas de analítica Web de código abierto para obtener información del propio sitio Web como de indicadores de contexto y competencia que deben de ser tenidos en cuenta.</li> <li>- Que es capaz de definir un calendario y formato de reporte</li> </ul> |
| R5  | El alumno, mediante la realización de prácticas básicas de redes y manejo de servidores utilizando software de código abierto, será capaz de instalar y configurar un servidor basado en Apache, para servir contenidos estáticos, o bien contenidos dinámicos usando la base de datos MySQL y lenguaje PHP. En conexión con la materia "Sistemas de Gestión de Contenidos", será capaz de instalar un gestor de contenidos (CMS) de código abierto.   |
| R6  | El alumno demostrará conocer los diferentes formatos digitales y su significado en términos de almacenamiento y tratamiento de contenidos, así como los sistemas y formatos de compresión de imagen, de audio y de vídeo.  |
| R7  | El alumno demostrará ser capaz de identificar las tecnologías utilizadas en una aplicación web, así como identificar los requisitos necesarios para proporcionar físicamente el servicio según las tecnologías involucradas (hosting/housing, garantías de disponibilidad, dimensionamiento de los recursos, etc.).  |
| R8  | Demostrará que conoce los pasos necesarios para la correcta ejecución de aplicaciones PHP y que conoce los fundamentos del lenguaje y la integración de comandos PHP en páginas, así como la generación completa de páginas HTML desde PHP. Será capaz de acceder desde una aplicación PHP a datos enviados desde formularios HTML para su utilización en consultas a bases de datos.  |
| R9  | El alumno será capaz de instalar y configurar adecuadamente aplicaciones previamente desarrolladas en entornos LAMP/WAMP, realizando las pruebas pertinentes que demuestres su correcto funcionamiento.  |
| R10 | El alumno mediante la elaboración de un trabajo o informe demostrará conocer la oferta de contenidos existente para dispositivos móviles y las tecnologías que los soportan. También mediante la realización de ejercicios prácticos específicos será capaz de utilizar un dispositivo móvil para interactuar y generar contenidos en otros medios como actualizaciones en blogs, redes sociales, videoblogs, etc.   |
| R11 | Mediante pruebas escritas el alumno demostrará conocer de forma general la legislación vigente y las situaciones pendientes de regulación jurídica relativas a la comunicación digital y multimedia.   |
| R12 | Mediante el estudio de un caso de libre elección los alumnos demostrarán que tienen criterio en la aplicación de la legislación vigente y de los principios éticos profesionales a la comunicación en entornos digitales y multimedia.   |
| R13 | El alumno demostrará que conoce el "state of the art" de la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva. Mediante un ensayo de prospectiva sobre un segmento de la industria, demostrará su capacidad para imaginar escenarios posibles de la industria de la comunicación y presentarlos en forma de pronósticos y su impacto.  |

## 5. ACTIVIDADES FORMATIVAS

### 1.- DISTRIBUCIÓN TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

|                        |        |
|------------------------|--------|
| Total Horas del Módulo | 300 h. |
|------------------------|--------|

| Código                   | Nombre                               | Horas Presenciales |
|--------------------------|--------------------------------------|--------------------|
| AF1                      | Teoría / seminario                   | 62,5 h.            |
| AF2                      | Prácticas                            | 52,5 h.            |
| AF3                      | Evaluaciones/tutorías/presentaciones | 25 h.              |
| TOTAL Horas Presenciales |                                      | 140 h.             |

| Código | Nombre             | Horas No Presenciales |
|--------|--------------------|-----------------------|
| AF4    | Trabajo Individual | 100 h.                |
| AF5    | Trabajo Grupal     | 60 h.                 |

## 2.- DESCRIPCIÓN ACTIVIDADES FORMATIVAS:

| Actividad  | Definición  |
|--|---|
| <b>AF1</b><br><b>Teoría / Seminarios</b>                 | Clases magistrales por parte del profesor sobre los contenidos del programa.<br>Debates sobre temas específicos relacionados con el programa.   |
| <b>AF2</b><br><b>Prácticas</b>                           | Análisis de casos de estudio, ejercicios específicos y resolución de casos de estudio   |
| <b>AF3</b><br><b>Evaluación/Tutorías/ Presentaciones</b> | Evaluación continua de la participación y conocimiento adquiridos.<br>Orientación al alumno en la realización de las prácticas y resolución de dudas.<br>Los alumnos realizarán presentaciones de trabajos. |
| <b>AF4</b><br><b>Trabajos Individuales</b>               | Realización de trabajos de forma individual: ensayos y análisis de casos  |
| <b>AF5</b><br><b>Trabajos Grupales</b>                   | Realización de trabajos en grupo: resolución de casos de estudio, implementación de aplicaciones, etc.  |

## 6. SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### 1.- ASISTENCIA A CLASE:

! La asistencia es obligatoria.

### 2.- SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

| CONVOCATORIA ORDINARIA (Evaluación Continua) |   |      |
|--|---|------|
| Código                                       | Nombre  | Peso |
| SE1  | Prueba Final de Evaluación.   | 70%  |
| SE2  | Evaluación continua de la participación del alumno en clase y los ejercicios y prácticas que realice. | 30%  |

| CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA |                             |      |
|-----------------------------|-----------------------------|------|
| Código                      | Nombre                      | Peso |
| SE1                         | Prueba Final de Evaluación. | 100% |

### 3.- DESCRIPCIÓN SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

| Sistemas de Evaluación | Definición   |
|------------------------|--|
| <b>SE1</b>             | Prueba Final de Evaluación.  |
| <b>SE2</b>             | Evaluación continua de la participación del alumno en clase y los ejercicios y prácticas que realice |

## 7. PROGRAMA DEL MÓDULO

### 1.- PROGRAMA DEL MÓDULO:

#### **ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA**

##### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- Bases para el análisis del entorno de la industria.
- Estrategias competitivas genéricas.
- Ventaja competitiva.
- Análisis de la industria de los contenidos digitales.
- Generación de modelos de negocio.

##### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Análisis de los modelos de negocio específicos en entornos digitales y multimedia.
- ! Reflexión en torno a unas preguntas que se planteen, relacionadas con el análisis DAFO de un caso concreto.



- ! En grupos, los alumnos deberán elegir dos segmentos de la industria de los contenidos digitales entre diversos sectores, y realizar un informe por segmento de la industria, en el que deberán incluir esquemas y gráficos que faciliten la comprensión del caso analizado. El informe debe ayudar a comprender los modelos de negocio utilizados, realizando las técnicas de análisis aprendidas, así como identificando a todos los actores que forman parte de la cadena de valor de cada industria y las interacciones entre ellos.
- ! Reflexión y participación del alumnado en un foro sobre la revolución virtual.
- ! Conclusiones del análisis comparado de grandes empresas de internet.
- ! Realización de una revisión del análisis preliminar de la industria de los contenidos digitales y presentación del trabajo en el aula (en grupos de trabajo).
- ! Desarrollo de una evaluación individual que incluya fortalezas y debilidades. Para esta actividad, los alumnos deben enumerar las mejoras que propondrían sobre su propio desempeño general y lo aprendido durante la materia.
- ! Elaboración de una evaluación grupal en el que el grupo se autocalificará, tanto en el contenido del trabajo realizado en la materia, como en su presentación, así como por la exposición verbal desarrollada por el mismo.
- ! Los alumnos, individualmente, deberán elegir un producto o servicio/empresa (industria de la comunicación digital y multimedia interactiva), y realizar un análisis estratégico completo: PEST, DAFO, CINCO FUERZAS, CADENA DE VALOR/ANÁLISIS DEL MODELO DE NEGOCIO (CANVAS). Se realizará una presentación visual del trabajo realizado.

## **INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA, ANALÍTICA Y MÉTRICA WEB**

### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- ! Introducción a la investigación. ¿Qué es la investigación? ¿Por qué investigar? Conceptos y técnicas.
- ! Medición Digital. Fuentes de mercado, conceptos de audiencia y publicitarios, métricas digitales.
- ! Google Analytics.
- ! Herramientas, KPIs, analítica aplicada, conocimiento y experiencia de usuario, optimización de marketing e inteligencia competitiva.
- ! Análisis de Buzz y reputación corporativa en redes sociales, blogs y web colaborativas
- ! Analítica publicitaria. Ad serving. Cuadros de mando, CRM, ecommerce, e-mailmarketing, análisis de sinergias.

### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Desarrollo de dos casos prácticos, relacionados con el análisis de datos de un panel de datos de mobile.
- ! Estudio cualitativo para saber los pilares básicos de una comunicación a consumidores en un re-posicionamiento de hotmail.
- ! Realización del análisis de redes sociales, sentimiento de marca o buzz metrics.
- ! Creación de un cuadro de mandos personalizado en Google Analytics, donde se detalle el perfil del usuario que accede a la web (tanto, desde móvil, como desde la Web.
- ! Establecimiento de métricas para monitorizar marcas y comprobar si cumplen sus objetivos de negocio: crecimiento, engagement, campaña de marketing y comercio electrónico.
- ! Analizar el caso de una página Web (buscador) con respecto a sus competidores.
- ! Medición del sentimiento social hacia una marca en redes sociales.
- ! Análisis del modelo de negocio publicitario de una conocida plataforma de vídeos en internet y comparación con otros modelos.

## **TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- ! Lenguaje de marcado. ¿Qué es un lenguaje de marcado y qué es HTML?.
- ! Estructura básica de un documento de HTML.
- ! Etiquetas elementales de HTML.
- ! Hipervínculos y elementos gráficos.

- ! CSS, hojas de estilo.
- ! Tecnologías Web.
- ! Infraestructura Web.
- ! Programación en Servidor: PHP.
- ! PHP y procesamiento de formularios HTML.
- ! PHP Y almacenamiento en Base de datos.
- ! Procesamiento de formularios con PHP.

#### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Realización del un CV en forma de página Web básica.
- ! Maquetación Web usando tablas de una alineación de equipos de fútbol.
- ! Creación de una galería de imágenes en forma de página Web sencilla.
- ! Realizar un informe sobre el Internet de las cosas, los proveedores de vídeos de seguridad conectados y almacenados en Internet, y distintos tipos de servidores Web.
- ! Visualización de tutoriales sobre usos avanzados del lenguaje de programación PHP, y realización de un informe.
- ! Edición de imágenes digitales, cambiando su tamaño y resolución.
- ! Elaboración de una página Web de comercio electrónico que incluya un formulario en el que un usuario pueda introducir datos y producir resultados. Para ello, se usará el lenguaje de programación PHP.
- ! Edición de estilos en el currículum básico Web realizado por los alumnos, usando el lenguaje informático CSS.
- ! Realización de una página Web que incluya conocimientos en los lenguajes informáticos HTML y CSS, con múltiples páginas a las que se pueda acceder desde un menú de navegación funcional.
- ! Investigación de distintos servicios de alojamiento Web (de distintos tipos), y elaboración de un informe.

### **MARCO REGULATIVO DE LA INDUSTRIA Y ÉTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES**

#### **PROGRAMA TEÓRICAS/SEMINARIOS:**

- ! Legislación aplicable a la comunicación digital.
- ! Principios básicos de la ética y de la deontología profesional.
- ! El ámbito de la pregunta por la ética.

#### **PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

- ! Debate y análisis, con casos prácticos, de la buena información, desinformación y manipulación.
- ! Resolución de un caso práctico sobre las responsabilidades legales relativas a la comunicación digital multimedia.
- ! Análisis, de varias páginas Web, desde el punto de vista de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información,
- ! Exposición de las consecuencias jurídicas derivadas de la ejecución de un "selfie".
- ! Análisis de la legalidad de determinadas imágenes en un blog privado, en un medio de comunicación de gran tirada.
- ! Elaboración de un ensayo, identificando los obstáculos y las oportunidades que permiten una reflexión ética en el ámbito profesional de la comunicación.
- ! Realización de un análisis jurídico y ético de su proyecto digital: análisis desde la Ley de Propiedad Intelectual, la LSSI, la Ley de Protección de Datos y la Ley de protección del Honor, la Intimidad y la Propia Imagen. Presentación de una reflexión de su proyecto, desde el punto de vista de la ética profesional, exponiendo temas que pueden resultar complicados y aportando posibles cautelas.

### **SEMINARIO CONVERGENCIA DIGITAL Y FUTURO DE LOS MEDIOS**

**PROGRAMA DE PRÁCTICAS:**

Mediante seminarios de debate, con reconocidos profesionales del medio online, el alumno tendrá acceso al “state of the art” de la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva.

El alumno realizará ensayos donde demostrará su capacidad para imaginar escenarios posibles de la industria de la comunicación y presentarlos en forma de pronósticos y su impacto.

## 8. BIBLIOGRAFÍA DEL MÓDULO

### 1.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

#### **ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA**

Osterwalder, A. y Pigneur, Y.: *Generación de modelos de negocio*, Deusto, 2010.

Porter, M.E.: *Estrategia competitiva*, México, CECSA, 2009.

Porter, M.E.: *Ventaja competitiva*, México, CECSA, 2010.

#### **INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA, ANALÍTICA Y MÉTRICA WEB**

Nieto Churruca, A. y Rouhiainen, L.: *La web de empresa 2.0*, Global Marketing, 2010.

VV.AA.: *Claves del nuevo marketing*, Gestión 2000, 2009.

Ros, V.: *e-Branding*, Netbiblo, 2009.

Maldonado, S.: *Analítica web: Medir para triunfar*, ESIC Publicaciones, 2010.

Kaushik, A.: *Web Analytics: an hour a day*, John Wiley and Sons, 2007.

Kaushik, A.: *Analítica Web 2.0*, Ediciones Gestión 2000, 2010.

Clifton, B.: *Advanced web metrics with google analytics*, John Wiley & Sons, 2012.

Burby, J., Atchison, S. y Sterne, J.: *Actionable web analytics: Using data to make smart business decisions*, John Wiley & Sons, 2007.

Morales Martínez, M.: *Analítica web para empresas*, Editorial UOC, 2010.

#### **TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

Dans, P.: *Internet: Edición 2012*, Anaya Multimedia, 2010.

Quigley, E. y Gargenta, M.: *PHP Y MySQL práctico para diseñadores y programadores Web*, Anaya Multimedia, 2007.

Schmitt, C., Trammel, M., Marcotte, E., Orchard, D. y Sominey, T.: *CSS para diseño Web*, Anaya Multimedia/Wrox, 2006.

Galeano Gil, G., Sánchez Alonso, J.C. y Díaz Márquez, P.: *HTML Manual imprescindible* (edición revisada y actualizada 2009), Anaya Multimedia, 2009.

Gauchat, J.D.: *El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript*, Editorial Marcombo, 2011.

#### **MARCO REGULATIVO DE LA INDUSTRIA Y ÉTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES**

Agejas, J.A. y Serrano, J.F.: *Ética de la comunicación y de la información*, Barcelona, Ariel, 2003.

Aznar, H.: *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios* (2ª edición), Barcelona, Ariel, 2005.

Galdón, G.: *Desinformación. Método, aspectos y soluciones* (4ª edición), Pamplona, EUNSA, 2006.

Bondía, F. y Rodríguez Tapia, J.M.: *Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual*, Madrid, Ed. Civitas, 1997.

Bercovitz, R.: *Comentarios a la Ley de Propiedad Intelectual*, Ed. Tecnos, 2007.

Garrote, I.: *Derecho de autor en internet*, Ed. Comares, 2003.

Área, M. (coord.): *Educación en la sociedad de la información*, Bilbao, Desclée De Brouwer, 2001.

Domingo Moratalla, A.: *Ética puesta al día*, Madrid, Acento, 2001.

Kapuscinski, R.: *Los cínicos no sirven para este oficio*, Anagrama, 2006.

## 2.- BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

### **ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA**

Santesmases, M.: *Fundamentos de Marketing*, Pirámide, 2011.

Santesmases, M.: *Marketing, conceptos y estrategias*, Pirámide, 2007.

### **INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA, ANALÍTICA Y MÉTRICA WEB**

Peterson, E.T.: *The Big Book of KPIs*, 2011.

[http://www.webanalyticsdemystified.com/about\\_kpi\\_book.asp](http://www.webanalyticsdemystified.com/about_kpi_book.asp)

### **TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

Gutiérrez Gallardo, J.D.: *Desarrollo Web PHP 6 y MYSQL 5.1*, Anaya Multimedia, 2009.

Orós Cabello, J.C.: *Diseño de Páginas web con XHTML, Javascript y CSS* (2ª edición), Editorial RAMA, 2008.

### **MARCO REGULATIVO DE LA INDUSTRIA Y ÉTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES**

Bonete Perales, E. (coord.): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid, Tecnos, 1995.

Cortina, A.: *El quehacer ético. Guía para la educación moral*, Madrid, Santillana, 1996.

## 4.- RECURSOS WEB DE UTILIDAD:

### **ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIA INTERACTIVA**

#### **Informes:**

[Informe 2012 del Foro de Contenidos Digitales de AMETIC](#)

[Informe del Sector de las Telecomunicaciones, las Tecnologías de la Información y de los Contenidos en España 2011](#)

[Informe de La Sociedad de la Información en España - SIE 2012 \(Fundación Telefónica\)](#)

#### **Webs:**

<http://www.marketingdirecto.com/>

<http://www.puromarketing.com/>

<http://www.estrategiaynegocio.com/>

<http://www.digitalbranding.es/>

<http://www.marketingnews.es/>

<http://estrategia-de-negocios.blogspot.com.es/>

### **INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA APLICADA, ANALÍTICA Y MÉTRICA WEB**

<http://www.evocaimagen.com/cuadernos/cuadernos2.pdf>

[www.elartedemedir.es](http://www.elartedemedir.es)

<http://www.webanalyticsassociation.org/>

<http://emetrics.org/>

<http://www.conversion-thursday.com/>

<http://www.webanalyticsdemystified.com/content/index.asp>

<http://tristanelosegui.com/2010/04/07/pdf-resumen-de-hablemos-de-analitica-web/>

### **TECNOLOGÍAS DIGITALES PARA LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA**

Manuales de XHTML y CSS en formato PDF bajo licencia Creative Commons: [www.librosweb.es](http://www.librosweb.es)

Entorno XAMPP: <http://www.apachefriends.org/es/xampp.html>

Tutorial Desarrollo PHP: <http://geneura.ugr.es/~maribel/php/>

Manual Práctico PHP: <http://www.webestilo.com/php/>

Tecnologías Móviles: Blog Mundo Móvil (<http://sergiowireless.blogspot.com/>)

[www.w3c.es](http://www.w3c.es): sitio web oficial del W3C en castellano.

[www.w3schools.com/tags/default.asp](http://www.w3schools.com/tags/default.asp): guía de referencia de XHTML en inglés.

### **MARCO REGULATIVO DE LA INDUSTRIA Y ÉTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN EN LOS MEDIOS DIGITALES**

Agencia Española de Protección de Datos: [www.agpd.es](http://www.agpd.es)

Asociación Usuarios Internet: [www.aui.es](http://www.aui.es)

Agencia Calidad Internet (IQUA): [www.iqua.net](http://www.iqua.net)

## 9. NORMAS DE COMPORTAMIENTO

### 1.- NORMAS:

Adquieren la condición de alumno de TRACOR y la Universidad CEU San Pablo todas aquellas personas que, habiendo superado el proceso de selección hayan abonado los derechos de matrícula dentro de los plazos y condiciones acordadas.

La condición de alumno se perderá:

1. A la terminación de los estudios y la obtención del título correspondiente.
2. Por la baja voluntaria del alumno.
3. Cuando el alumno cometa las faltas que por su gravedad hayan sido sancionadas con la expulsión, como resultado de la apertura y resolución del correspondiente expediente disciplinario.
4. Por el incumplimiento de las obligaciones económicas del alumno, sin necesidad de apertura de expediente disciplinario. Todo ello sin perjuicio de las acciones legales que pudieran corresponder.