

# Grado en Marketing y Comunicación Digital

**Asignatura:** Tecnología web y bases de datos

**Materia:** Informática

**Créditos:** 6 ECTS

**Programa:** Grado

**Modalidad:** Presencial

**Curso:** Segundo

**Semestre:** Segundo

## 1. Índice

1. Índice .....	2
2. Presentación.....	3
02.1 Descripción .....	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes .....	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación .....	4
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	4
5. Contenidos.....	5
6. Metodología.....	5
7. Evaluación .....	6
8. Bibliografía .....	7
8.1 Basic Bibliography .....	7
8.2 Complementary Bibliografía.....	7

## 2. Presentación

### 02.1 Descripción

La tecnología web y las bases de datos nos rodean, lejos ha quedado la percepción de que estos temas están ceñidos exclusivamente a los técnicos informáticos. El mundo del marketing online ha experimentado una evolución y el conocimiento, sobre el cómo y dónde se almacenan los datos además, se gestionan es necesario para los profesionales en la materia.

Esta asignatura abarcará el proceso de evolución desde los inicios de Internet, hasta la evolución de la web 3.0. Además de cómo estos cambios han modificado la forma de interactuar de los usuarios a través de las páginas estáticas, dinámicas y de las redes sociales.

En la asignatura se tratarán los conceptos necesarios para comprender cómo se estructura una página web y cómo su arquitectura afecta al éxito de la misma en los buscadores.

Se pincelan las necesidades que el diseño web contiene y se aplicarán con un proyecto práctico para poder comprender todos los procesos y pasos a llevar a cabo.

Para finalizar, el alumno conocerá cómo crear una petición SQL y cómo las "Queries" permiten recuperar la información desde un entorno en Base de Datos.

### 02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

Las aplicaciones profesionales más relevantes dentro de esta asignatura, se relacionan directamente con la creación, gestión y comprensión de proyectos web.

La gestión de grandes cantidades de información a través de consultas sobre las bases de datos, que permiten al alumnado disponer de los conocimientos para poder realizar su propio proyecto web y ponerlo online.

Cada una de las aplicaciones llevadas a cabo en la asignatura se relaciona con un perfil profesional multidisciplinar relacionado con la creación de contenidos fáciles de comprender dentro de la red.

### 3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 – El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT4 – El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT6 – El estudiante podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT8 – El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.
- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT11 – El estudiante será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos
- RAT22 – El estudiante será capaz de diseñar planes comerciales centrados en el incremento del valor de los clientes de la empresa, aprovechando la dimensión digital de la empresa.

### 4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM4 – El estudiante será capaz de practicar el uso adecuado de los sistemas de tecnología, de información y del software para una transformación digital.

- RAM5 - El estudiante será capaz de diseñar adecuadamente servicios y aplicaciones en tecnologías web para su integración en los sistemas de información corporativos.
- RAM6 - El estudiante será capaz de analizar de forma precisa las especificaciones técnicas de la ingeniería informática satisfaciendo los requisitos, optimizando los recursos y asegurando la calidad del resultado.
- RAM7 - El estudiante será capaz de revisar el medio artístico y del diseño, con especial énfasis en la comunicación gráfica y audiovisual, para el desarrollo del sentido estético, mediante programas informáticos y herramientas tecnológicas específicas.

## 5. Contenidos

Esta asignatura abarcará el proceso de evolución desde los inicios de Internet, hasta la evolución de la web 3.0. Además de cómo estos cambios han modificado la forma de interactuar de los usuarios a través de las páginas estáticas, dinámicas y de las redes sociales.

En la asignatura se tratarán los conceptos necesarios para comprender cómo se estructura una página web y cómo su arquitectura afecta al éxito de la misma en los buscadores. En particular:

- Iniciándonos en Internet y la Web
- Evolución de Internet
- Arquitectura web
- Herramientas dinámicas de creación web
- Introducción a Bases de Datos
- Bases de Dato relacionales.
- Lenguaje SQL
- Bases de datos no relacionales

## 6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas

	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas
Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos

## 7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de “No presentado”.

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, “la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura”. **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial,**

el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5)."

**Evaluación Única:** La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

## 8. Bibliografía

### 8.1 Basic Bibliography

- Johnson, Deborah G., and Jameson M. Wetmore, eds. Technology and society: Building our sociotechnical future. Mit Press, 2021.

### 8.2 Complementary Bibliografía

- Analytics, Data Science, & Artificial Intelligence: Systems for Decision Support, Global Edition, 11th Edition, 2020
- Business Intelligence and Analytics: Systems for Decision Support, Global Edition, 10th Edition, 2015
- Francisco Charte Ojeda - SQL - Anaya Multimedia, 22 jun. 2009
- WordPress for Beginners 2019: A Visual Step-by-Step Guide to Mastering WordPress (Webmaster Series) by Dr. Andy Williams