

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M612 - Planificación de la Presencia Web Corporativa

Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información

Curso Académico 2021-2022

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Empresa y Tecnologías de la Información			Tipología v Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	M612 - Planificación de la Presencia Web Corporativa				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)		
Web	https://moodle.unican.es				
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	PEDRO SOLANA GONZALEZ				
E-mail	pedro.solana@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E207)				
Otros profesores	ELIANA ROCIO ROCHA BLANCO				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Capacidad para planificar la presencia de las organizaciones en la web.
- Evaluar la accesibilidad y usabilidad en los sitios web.
- Conocer las aplicaciones y tecnologías que pueden utilizar las organizaciones para estar presentes en Internet.
- Capacidad para aplicar sistemas de gestión de contenidos en las organizaciones.

4. OBJETIVOS

Conocer las estrategias y tecnologías a utilizar por las organizaciones para estar presentes en Internet y especialmente a través de la Web 2.0.

Adquirir los conocimientos y competencias necesarios para planificar la presencia de las organizaciones en la web.

Conocer los estándares de accesibilidad web y los criterios de usabilidad de las aplicaciones.

Conocer los sistemas para la gestión de contenidos y adquirir las competencias para su utilización y aplicación en las organizaciones.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	Tema 1. Planificación de la web corporativa: 1.1 Introducción a la planificación y presencia web corporativa. 1.2 Presencia en la Web 2.0: portales web, redes sociales y blogs corporativos 1.3 Posicionamiento en buscadores SEM - SEO 1.4 Reputación online
2	Tema 2. Estándares y tecnologías web: 2.1 Estándares y tecnologías W3C. 2.2 Accesibilidad y usabilidad web. 2.3 Redes sociales profesionales.
3	Tema 3. Gestión de contenidos: 3.1 Tecnologías y herramientas para la gestión de contenidos. 3.2 Sistemas de gestión de contenidos (CMS): ventajas para las organizaciones y criterios de selección. 3.3 Los CMS para la construcción de portales corporativos. 3.4 Herramientas open source en la gestión de contenidos.
4	Trabajo en grupo de construcción de un portal web corporativo.
5	Tutorías.
6	Examen.

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen	Examen escrito	Sí	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	Sí	Sí	50,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
El examen y las actividades de evaluación se podrán realizar a distancia si las condiciones sanitarias lo requieren.				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Los estudiantes de tiempo parcial realizarán un examen y un trabajo individual.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

MATERIALES DOCENTES A DISPOSICIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN EL AULA VIRTUAL DE LA ASIGNATURA.

CELAYA, J. (2008): La Empresa en la Web2.0: El Impacto de las Nuevas Redes Sociales en la Estrategia Empresarial. Gestión 2000.

GÓMEZ, J. (2010): Diseño y Creación de Portales Web. Starbook.

ROBERTSON, J. (2002). How to evaluate a content management system.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.