

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y GOBIERNO DE LAS TIC		
Identificador:	32758		
Titulación:	GRADUADO EN MARKETING (CA). PLAN 2016 (BOE 12/12/2016)		
Módulo:	DIRECCIÓN DE EMPRESAS		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	0	Trabajo Autónomo:	0
Idioma Principal:		Idioma Secundario:	
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Visión global e integradora de los sistemas de información en la empresa, como factor clave para obtener ventajas competitivas. El trabajo de las TIC dentro de la organización como apoyo a la actividad principal. Análisis del papel que juegan en la organización los sistemas de información, desde el nivel estratégico al nivel operativo, pasando por la toma de decisiones.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis de informaciones obtenidas en diversas fuentes.
	G02	Capacidad de organización y planificación del trabajo en el contexto de la mejora continua, de un entorno cambiante y bajo el prisma de la "flexiguridad".
	G03	Capacidad para trabajar en equipo en el ámbito profesional del marketing.
	G04	Capacidad de comunicación oral y escrita en contextos académicos y profesionales de la empresa y el marketing, en lengua castellana.
	G06	Capacidad de aplicar los conocimientos adquiridos adaptándolos a las exigencias de cada situación, en el ámbito de la empresa y el marketing.
	G07	Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas, incluida la información digital, evaluando procedencia, derechos de autor y tipología de licencia de uso.
	G09	Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito del marketing y la empresa.
	G11	Capacidad de detección, evaluación y explotación de las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información y la tecnología aplicada al marketing.
	G14	Capacidad para manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.
Competencias Específicas de la titulación	E13	Capacidad para llevar a cabo planteamientos de marketing operativo.
	E25	Capacidad para comprender el valor de la tecnología como actividad transversal de la empresa y el marketing y como fuente de diferenciación, que aplica a la Optativa 2 (Nuevas tecnologías aplicadas al marketing y a la Economía Digital) y 3 (Gestión de la Tecnología y Gobierno de las TIC).
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer el papel que las TIC tienen dentro de las organizaciones
	R02	Evaluar la necesidad e importancia de las TIC dentro de las organizaciones
	R03	Vincular las TIC a la ventaja competitiva y su apoyo a la toma de decisiones

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía recomendada:

Bibliografía básica:

Páginas web recomendadas:

* Guía Docente sujeta a modificaciones