



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**RECURSOS WEB Y
TECNOLOGÍAS MÓVIL**

Coordinación: AGOST MORÉ, JORDI

Año académico 2021-22

Información general de la asignatura

Denominación	RECURSOS WEB Y TECNOLOGÍAS MÓVIL			
Código	14286			
Semestre de impartición	1R Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Máster Universitario en Marketing de Medios Sociales	1	OBLIGATORIA	Semipresencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3.5	2.5	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	AGOST MORÉ, JORDI			
Departamento/s	INFORMATICA E INGENIERIA INDUSTRIAL			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	3 sesiones presenciales, 1 evaluación El resto es trabajo autónomo del estudiante			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Inglés - Castellano			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
AGOST MORÉ, JORDI	jordi.agost@udl.cat	6	

Objetivos académicos de la asignatura

Con la asignatura Recursos Web y Tecnologías Móviles se pretende que el estudiante consiga los objetivos siguientes:

- Diferenciar entre WWW e Internet.
- Entender la evolución de la WWW y que significan tecnológicamente sus evoluciones.
- Saber qué es SEO. Entender que se utiliza en esta optimización.
- Conocer los algoritmos, analíticas y factores de ranking en SEO.
- Saber y entender que es IoT.
- Poder entender que es Open Data y Big Data.
- Saber qué tipo de visualización es la adecuada para cada tipo de datos.
- Poder entender cuáles son los principios de diseño en la web.

Competencias

Básicas

CB1 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

CB2 Saber aplicar los conocimientos adquiridos y tener capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB3 Ser capaz 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

CB4 Saber 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

CB5 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Generales

CG1 Analizar y sintetizar ideas, datos y contenidos

CG2 Organizar y planificar recursos y personas

CG3 Trabajar en equipo y liderar

CG4 Razonar y evaluar de forma crítica

CG5 Asegurar la calidad

CG6 Trabajar y aprender de forma autónoma

CG7 Aplicar el conocimiento a la práctica

CG8 Tomar decisiones estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos.

CG9 Expresarse correctamente de forma oral y escrita

CG10 Dominar una lengua extranjera

CG11 Dominar las TIC

CG12 Respetar los derechos fundamentales

Específicas

CE1 Implementar de forma efectiva las herramientas tecnológicas para desarrollar proyectos de marketing de medios sociales.

CE3 Generar sistemas de información a partir de entornos online y redes sociales para obtener conocimiento especializado.

CE5 Emplear tácticas y técnicas para la participación y dinamización de comunidades virtuales

CE8 Distinguir, diseñar, implementar y evaluar métodos avanzados de análisis de información en marketing de medios sociales.

Contenidos fundamentales de la asignatura

PARTE 1 WWW vs Internet

TEMA 1 Definición de Internet

1. Breve historia de Internet y de la WWW
2. Evolución de la WWW: Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0, Web 5.0
3. Los recursos y productos turísticos

TEMA 2 SEO (*Search Engine Optimization*)

1. Introducción
2. Problemas con las diferentes técnicas de SEO
3. Reglas
4. Popularidad y relevancia
5. Factores de ranking
6. Algoritmos
7. Analíticas
8. Rich Snippets

PARTE 2. Datos en la WWW

TEMA 3. IoT (*Internet of Things*)

1. Sensores
2. Tipos de datos
3. Consolidación del conocimiento en los datos

TEMA 4. Formatos de datos

1. *Open Data*
2. *Big Data*

TEMA 5. Visualización de los datos

1. What?
2. Where?
3. When?
4. Escalas

PARTE 3 CÓMO CONVERTIRSE EN UN DISEÑADOR SIN SERLO

TEMA 6 El Color

1. Teoría del color
2. Psicología del color
3. Atributos del color

TEMA 7. Tipografía

1. Familias tipográficas
2. Características de las fuentes

TEMA 8. Plantillas

1. *Responsive Design/App*
- 2 *Hybrid app*

Ejes metodológicos de la asignatura

Fechas (Semanas)	Descripción	Actividad Presencial	HTP (2) (Horas)	Actividad trabajo autónomo	HTNP (3) (Horas)
1-2-3-4	Bloque 1: WWW vs Internet. Entender la estructura básica de funcionamiento	Casos prácticos	4	Estudio y ejercicios	30
5-6-7-8	Bloque 2: Utilización de las técnicas de SEO	Casos prácticos	4	Estudio y ejercicios	30
9-10-11-12	Bloque 3: Fundamentos de diseño gráfico	Casos prácticos	4	Estudio y ejercicios	30
13-14-15-16	Preparación proyecto	Consultas presenciales	4	Estudio Caso práctico Intervención crítica	40
16	Evaluación	Presentación proyectos	4		

Plan de desarrollo de la asignatura

Se establecerán periodos de trabajo de 4 semanas, donde los estudiantes deberán al final de este período haber completado el estudio de artículos. Además deberán haber realizado ejercicios que se entregarán al finalizar dicho período. Así durante 3 períodos. Cada período cuenta el 20% de la nota final.

En el último período de 4 semanas se realizará un proyecto que tendrá como objetivo poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Este proyecto se realizará en grupo. Cuenta el 40% de la nota final.

Sistema de evaluación

Hay tres bloques, en cada bloque se suministran ejercicios. Cada bloque cuenta el 20% de la nota. Los tres el 60 %

El proyecto final contará el 40 % y se suministrará una rúbrica para que los estudiantes sepan qué se les va a valorar.

Bibliografía y recursos de información

- Börner, K. E. Polley, D., Visual Insights. A Practical Guide to Making Sense of Data. The MIT Press. 2014
- McCandless, D., The Visual Miscellaneum. A Colorful guide to the world's most consequential Trivia. Collins Design 2009
- Heller, E., Psicología del Color. Editorial Gustavo Gili, SL 2006