

Fecha de aprobación: 24/06/2025

Guía docente de la asignatura

Informática Aplicada a la Gestión Comercial (23611F1)

Grado	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Rama	Ciencias Sociales y Jurídicas				
Módulo	Soporte Informático para la Empresa	Materia	Informática Aplicada a la Gestión Comercial				
Curso	4º	Semestre	1º	Créditos	6	Tipo	Optativa

PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Ningún prerrequisito.

- La asignatura tiene un claro enfoque práctico basado en fundamentos teóricos y en el uso de software disponible en las aulas de informática y accesible en la Web.

BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- Gestión operativa de las tecnologías de información y la comunicación.
- Gestión informatizada de los recursos de información comercial: arquitectura de un sistema de información.
- Almacenes de datos.
- Herramientas software para el desarrollo de modelos analíticos y de simulación.
- Telecomunicaciones: servicios e infraestructuras.
- Negocio electrónico: diseño y gestión de sitios web y tecnologías multimedia para el marketing.

COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

COMPETENCIAS GENERALES

- CG03 - Capacidad de organización y planificación
- CG05 - Habilidades de utilización de herramientas informáticas aplicables al ámbito del Marketing e Investigación de Mercados
- CG06 - Habilidades de gestión de la información (habilidad para buscar y analizar información proveniente de diversas fuentes)
- CG09 - Capacidad para la toma de decisiones
- CG24 - Capacidad para aplicar los conocimientos de Marketing e Investigación de Mercados a la práctica



COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - Capacidad para analizar y comprender las fuerzas del mercado que influyen en las actividades comerciales y para valorar críticamente situaciones empresariales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

- Comprender el papel de los sistemas de información y de las tecnologías de la información y la comunicación en la gestión de la empresa y su relación con la estrategia comercial.
- Desarrollo de capacidades analíticas para la investigación de los mercados, mediante el uso de herramientas software para el desarrollo de modelos analíticos y de simulación.
- Analizar soluciones tecnológicas para servicios ofrecidos a través de redes de comunicaciones.

PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

TEÓRICO

TEMARIO TEÓRICO:

- **Tema1.** Introducción a las Tecnologías de la Información y la Comunicación Aplicadas a la Gestión Comercial.
- **Tema2.** Sistemas de Información para la Gestión Comercial.
- **Tema3.** Herramientas Software para el Desarrollo de Modelos Analíticos y de Simulación.
- **Tema4.** Generación de Información Comercial y Gestión de Contenidos (Diseño de sitios web corporativos).
- **Tema5.** Internet y Tecnologías de Soporte al Marketing Digital (Web2.0 y comercio electrónico, posicionamiento web, analítica web, marketing digital, móvil y evolución del marketing 3.0, 4.0, 5.0 y 6.0).

PRÁCTICO

Programa de sesiones prácticas en el aula de informática para que desarrolles habilidades clave con herramientas digitales aplicadas al mundo real del marketing

- **Práctica 1.** Aprende a diseñar y gestionar encuestas online que te permitan conocer a tu público objetivo y tomar decisiones basadas en datos reales. Diseño y gestión de encuestas y sondeos on-line.
- **Práctica 2.** Crea formularios impactantes y descubre cómo usar el emailing de forma efectiva para comunicarte con tus clientes.
- **Prácticas 3, 4 y 5.** Aprende a gestionar bases de datos para organizar y analizar la información comercial: desde la creación de tablas, consultas y formularios hasta la elaboración de informes útiles para la toma de decisiones.
- **Práctica 6.** Potencia tu análisis con funciones avanzadas en hojas de cálculo para construir modelos estratégicos que impulsen los resultados de una organización.
- **Práctica 7.** Diseña y edita tu propio sitio web comercial, aprendiendo a construir una presencia digital sólida.



- **Práctica 8.** Lanza tus propias campañas publicitarias en internet y explora cómo funciona el posicionamiento en entornos digitales.
- **Práctica 9.** Descubre cómo la Inteligencia Artificial puede ayudarte a crear contenidos publicitarios y automatizar la atención al cliente con chatbots.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

1. Carmona Romera, G., & Innovación y Cualificación S.L, I. y. (2021). Aplicaciones informáticas de bases de datos relacionales. ADGN0210. (1st ed.). IC Editorial.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014563053804990
2. MontesSoldado,R.[2004]: “Informática Aplicada a la Gestión de la Empresa”. Pirámide/Anaya Multimedia.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991006538889704990
3. Gallego, M. (2020). Excel 2019 : avanzado (1st ed.). Ra-Ma.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014563141604990
4. Coronado García, B. (2024). Curso práctico de comercio en internet : estrategias para optimizar recursos y maximizar beneficios. Rama.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014841639504990
5. Fernández Casado, P. E. (2020). Diseño y construcción de páginas web (1st ed.). Ra-Ma.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014563142204990
6. Krug, S., & Díaz, J. M. (2006). No me hagas pensar : una aproximación a la usabilidad en la web (2a ed.). Pearson Educación.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1egp27c/alma991003267299704990
7. Lara Navarra, Pablo. La accesibilidad de los contenidos web.[2016] ISBN: 9788490293416, 9788497885416. Editorial UOC.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991003830109704990
8. Kotler, P., Hollensen, S., Opresnik, M. O., & Arteaga Ortiz, J. (2022). El marketing en redes sociales: un enfoque práctico: La guía definitiva para una estrategia de éxito en las redes sociales que haga crecer tu negocio (Quinta edición). Ulrico Hoepli.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014525367304990
9. Fernández Dauder, M. Á., Jordán Soro, D., & Estrade Nieto, J. M. (2016). Marketing digital : marketing móvil, seo y analítica web : edición 2017. Anaya Multimedia.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991009427619704990
10. Rubio Duce, E. (2025). Inteligencia artificial aplicada al marketing : curso practico. RA-MA.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1egp27c/alma991003267299704990
11. Tormo, M. (2024). Marketing digital : estrategias avanzadas con Inteligencia Artificial. SCLibro.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014814821804990
12. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). Marketing 6.0 : el futuro es inmersivo. Lid Editorial.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CBUA_UGR/1p2iirq/alma991014775612304990

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. Gómez Gutiérrez, J. A. (2017). Excel 2016 avanzado. RA-MA



- Editorial.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CUBA_UGR/1p2iirq/alma991014243326104990
2. Ferguson, H. (2024). Strategic Leadership in Responsive Web Design : A Tech Leader's Guide to Achieving Business Excellence by Adopting Responsive Web Design (First edition.). Packt Publishing Ltd.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CUBA_UGR/1p2iirq/alma991014856418704990
3. Smolak Lozano, E., García Ponce, D., Mercado Sáez, M. T., Carmen del Rocío Monedero Morales, C. del R., & Matilla, K. (2022). Gestión estratégica de campañas publicitarias y de relaciones públicas en los entornos online (E. Smolak-Lozano, Ed.; First edition.). Editorial UOC.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CUBA_UGR/1p2iirq/alma991014563291904990
4. Hua, H. (2019). Mobile marketing management : case studies from successful practices (First edition.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780429030871>
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CUBA_UGR/1p2iirq/alma991014702181604990
5. Liberos, E., Ahumada Luyando, S., & Sánchez Ahumada, M. (2024). Inteligencia artificial para el marketing : cómo la tecnología revolucionará tu estrategia. ESIC.
https://granatensis.ugr.es/permalink/34CUBA_UGR/1p2iirq/alma991014709021604990

ENLACES RECOMENDADOS

- Blog de la asignatura: <https://iagc-ugr.blogspot.com/2024/>
- Sistema web de apoyo a la enseñanza universitaria: Tutor (<https://tutor.ugr.es/>)
- Puro Marketing <https://www.puromarketing.com/>
- Marketing Directo <https://www.marketingdirecto.com/>
- HubSpot <https://blog.hubspot.es/marketing>
- Trece Bits <https://www.trecebits.com/>
- Marketalia <https://marketalia.com/>

METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 - Docencia presencial en el aula
- MD02 - Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
- MD03 - Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación

EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

EVALUACIÓN ORDINARIA

La **evaluación continua** incluye la valoración de distintos tipos de actividades como pruebas específicas de conocimientos, resolución de ejercicios y supuestos prácticos, prácticas (realizadas siguiendo un guion de prácticas o resolviendo ejercicios de evaluación de prácticas), asistencia y participación (solución y exposición en clase de trabajos realizados individualmente y/o en grupo).

La ponderación es la siguiente:



- 35% Examen de Teoría
- 15% Asistencia, resolución de ejercicios y entrega de actividades
- 20% Exámen de Prácticas
- 30% Asistencia, entrega de prácticas y evaluación de las entregas

La calificación global corresponderá a la puntuación ponderada de los diferentes aspectos y actividades que integran el sistema de evaluación. El resultado de la evaluación será la calificación numérica obtenida mediante la suma ponderada de las calificaciones obtenidas en cada parte de la evaluación. Para aprobar la asignatura es necesario obtener una calificación numérica superior o igual a 5 (sobre 10). Además del requisito anterior, se establece como requisito adicional para superar la asignatura que tanto la calificación correspondiente a la parte teórica como la correspondiente a la parte práctica sea mayor o igual a 4 (sobre 10). En caso de no aprobar la asignatura, pero sí una de las partes (teoría o prácticas). La parte aprobada en la convocatoria ordinaria se guarda únicamente para la convocatoria extraordinaria del mismo curso académico.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria dispondrán de una convocatoria extraordinaria. A ella podrán concurrir todos los estudiantes, con independencia de haber seguido o no un proceso de evaluación continua. La calificación de los estudiantes en la convocatoria extraordinaria se ajustará a las reglas establecidas en la Guía Docente de la asignatura, garantizando, en todo caso, la posibilidad de obtener el 100% de la calificación final. Todo lo relativo a la evaluación se regirá por la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes vigente en la Universidad de Granada, que puede consultarse en:

https://lsi.ugr.es/lsi/normativa_examenes

La ponderación es la siguiente:

- 35% Examen de Teoría
- 15% Asistencia, resolución de ejercicios y entrega de actividades
- 20% Exámen de Prácticas
- 30% Asistencia, entrega de prácticas y evaluación de las entregas

Para aprobar la asignatura es necesario obtener una calificación numérica superior o igual a 5 (sobre 10). Además del requisito anterior, se establece como requisito adicional para superar la asignatura que tanto la calificación correspondiente a la parte teórica como la correspondiente a la parte práctica sea mayor o igual a 4 (sobre 10).

EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

Para los estudiantes que se acojan a la evaluación única final, esta modalidad de evaluación estará formada por distintas pruebas de carácter teórico y práctico, de forma que se pueda acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias generales y específicas descritas en el apartado correspondiente de esta Guía Docente.

La evaluación incluye:

- 50% Parte de Teoría: Examen de teoría.
- 50% Parte Práctica: Examen práctico en el aula de informática, en el que se requerirá el manejo de todas las aplicaciones incluidas en la parte práctica de la asignatura.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Hay dos grupos de prácticas y cada estudiante podrá elegir a comienzo de curso uno de ellos. "INCLUSIÓN y DIVERSIDAD. En el caso de estudiantes con discapacidad u otras necesidades



específicas de apoyo educativo (NEAE), el sistema de tutoría será adaptado a estas necesidades, de acuerdo con las recomendaciones del área con competencias en inclusión de la Universidad de Granada, procediendo los departamentos y centros a establecer las medidas adecuadas para que las tutorías se realicen en lugares accesibles. Asimismo, a petición del profesorado, se podrá solicitar apoyo a la unidad competente de la UGR cuando se trate de adaptaciones metodológicas especiales."

En el caso de utilizar herramientas de IA para el desarrollo de la asignatura, el estudiante debe adoptar un uso ético y responsable de las mismas. Se deben seguir las recomendaciones contenidas en el documento de "Recomendaciones para el uso de la inteligencia artificial en la UGR" publicado en esta ubicación:

<https://ceprud.ugr.es/formacion-tic/inteligencia-artificial/recomendaciones-ia#contenido>.

Información de interés para estudiantado con discapacidad y/o Necesidades Específicas de Apoyo Educativo (NEAE): [Gestión de servicios y apoyos \(https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad\)](https://ve.ugr.es/servicios/atencion-social/estudiantes-con-discapacidad).

