Tendencias digitales

Grado en Marketing
2025-26

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Tendencias digitales

Titulación: Grado en Marketing

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 4º

Profesores/Equipo Docente: D. Antonio Lorenzo Sancayo (Grupo de Madrid-S. Francisco de Sales)

1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K2. Reconocer las técnicas y estrategias de comunicación y marketing digital que se aplican en el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

1.2. Habilidades y destrezas

H5. Usar las herramientas digitales y tecnologías de la información que intervienen en la práctica de acciones comerciales y de marketing.

1.3. Competencias y capacidades

C5. Emplear correctamente las herramientas y tecnologías de la comunicación aplicadas al marketing para el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

C6. Implementar estrategias de marketing online y comercio electrónico y desarrollar acciones de comunicación e influencia para consolidar la reputación digital.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Patrones o desarrollos emergentes en el ámbito de la tecnología digital que tienen un impacto significativo en la sociedad, la economía y la vida cotidiana de las personas.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

TENDECIAS DIGITALES

La asignatura Tendencias Digitales pretende promover la curiosidad ante los avances tecnológicos más relevantes del momento, fomentar la reflexión, el espíritu crítico, la creatividad y la toma de conciencia de las oportunidades y riesgos. También incidirá en la adquisición de capacidades para competir con una IA cada vez más potente y veloz.

Explicación de la Guía Docente.

TEMA 1- Introducción a las grandes revoluciones tecnológicas-

1. Relevancia del momento histórico crucial que compartimos y los cambios profundos contemporáneos, Transformación de la producción, economía, energía y relaciones entre tecnología, datos y sociedad. 2. Identificar un ponderar el impacto social, económico, geopolítico de un presente y futuro marcado y dominado por la tecnología. Ingredientes de la Cuarta Revolución Industrial. La economía de los datos, redes, computación, hardware, software y procesos. Principales tecnologías: biotecnología, robótica, impresión 3D, IoT, Realidad mixta, Web 3,0, 5G, vehículos autónomos, 3. Mejora de la calidad y esperanza de vida. Impacto en las actividades humanas. Eliminación de fronteras entre la vida física/analógíca y digital. Nuevos negocios, Impacto en el empleo, riesgos cibernéticos e incertidumbre social. TEMA 3. La Inteligencia Artificial

TEMA 2. Cómo funciona la 'magia' de la Inteligencia Artificial.

1. Viaje al interior de la IA y sus mecanismos internos básicos. 2. Machine Learning. Deep Learning.Automatización. Inferencias. Cómo aprende la IA. 2. Word Embedding. Procesamiento de Lenguaje Natural. 4. Redes neuronales. IA predictiva y deductiva. 5. Algoritmos. Estadística. Datos estructurados y desestructurados. 6. Modelos y herramientas de IA. Principales LLM. Pre-entrenamiento y entrenamiento. 7. Hardware: chips, GPU, centros de datos. Almacenamiento. Computación. 8. Transformadores. IA generativa. 9. Tendencias de la IA Generativa. IA General

TEMA 3. Prompts. Elementos. Estructura. Importancia estratégica.

1. Relevancia en el uso de la IA. 2. Cómo ayuda en la eficacia y diferenciación en el uso de la IA. 3. Tipos de Prompts. Tarea, contexto, formato, ejemplos. 4. Redacción de Promtps. Casos prácticos. 5. Tendencias de futuro de los prompts: el promptsless. 6. Test: ¿Qué tal me llevo con la IA?

TEMA 4. Blockchain

1. Antecedentes históricos. 2. Características principales: Descentralización, Seguridad, Transparencia, Independencia, Código abierto. Transacciones. Contratos inteligentes. 3. Casos de uso. 4. Economía del token 5. Nodos, minería, Criptografía. Prueba de trabajo. Verificación y validación. 6. Partes de la cadena de bloque. Hash, Nonce. 7. Bitcoin y criptomonedas. 8. Uso del blockchain para abaratar transacciones. Parábola ilustrativa. 9. Tendencias futuras del blockchain. Web3.0. 10. Test: Afinidades personales para creación de grupos de trabajo.

TEMA 5: IA Agéntica

1. Definición de Agentes de IA. 2. Características y elementos diferenciales, Tipos de agentes y funcionamiento. 3. Impacto laboral y social. 4. Casos de uso en empresas, administraciones y particulares. 5. Velocidad exponencial de la IA Agéntica. 6. Colaboración hombre-agente. 7. Reemplazo hombre-máquina. 8. Gobernanza de la IA Agéntica. 9. Revolución OpenClaw e integración con plataformas de mensajería instatánea. 10. Tendencias de futuro de la IA Agéntica.

TEMA 6. Robótica e IA Física

1. Definición, conceptos básicos y antecedentes. Percepción, control y acción. 2. Desarrollo en entornos industriales. 3. Peculiaridades de la IA Física. 4. Impacto en la sociedad. 5. Coche autónomo. 6. Colaboración humano-robot. 7. Robots humanoides y sociales. 8. Leyes de robótica. Regulación e Impacto ético. 9. Tendencias de futuro de la robótica.

TEMA 7. Redes de telecomunicaciones

1. Introducción a las ondas electromagnéticas. 2. Nociones básicas sobre ancho de banda. 3. Redes de acceso, de transporte y troncales 4. Velocidad, capacidad, latencia. 5. Características y evolución del 1G, 2G, 3G, 4G y 5G. 6. Redes fijas. Cables submarinos. 7. Redes inalámbricas. Wifi, Bluetooth, NFC y sus evoluciones. 8. Open Ran, Network Slicing, Gpon, XGSpon. VOLT, 9. Redes satelitales de órbita baja (LEO): Starlink. 10. Regulación. Convergencia fija-móvil. Neutralidad de la red. 11. Superconectividad. 12. Redes Privadas 5G. 13. El 6G y el internet de los sentidos. 14. Tendencias en telecomunicaciones

TEMA 8. Semiconductores

1. Introducción, historia, desde el transistor a nuestros días y evolución. 2. Funcionamiento de un microchip. 3. Importancia geoestratégica. 4. Impacto en la IA. 5. Protagonismo en computación. 6. Ley de Moore y sus límites. 7. Supercomputación. 8. Gobernanza y desequilibrios entre Europa frente a EE. UU. y China. 9. Chips especializados GPU, TPU, NPU. 10. Nanometría. 11. Soberanía del chip. Principales jugadores. 12. Chips cuánticos y fotónicos. 13. Nuevos materiales. Grafeno.

TEMA 9. Computación cuántica

1. Historia, estado actual y evolución prevista. 2. Conceptos físicos de la superposición. Riesgos y oportunidades. 3. Cómo trabajan los qubits. 4. Impacto de la supercomputación cuántica. 5. Algoritmos cuánticos. 6. Tecnología de encriptación postcuántica. 7. Geopolítica y batalla por la supremacía. 8. Impacto en la IA (Intervención de un experto en física cuántica)

TEMA 10. Ciberseguridad

1. Conceptos básicos. 2. Funcionamiento de los holdings del mal. 3. Arquitecturas de seguridad, Tipos de ataques. 4. Prevención y respuesta a incidencias. Obligaciones legales. 5. Principales riesgos y tipología de los ataques. 6. Amenaza cuántica. 7. Gestión de la privacidad en móviles y ordenadores. 8. Identificación, control de acceso y autenticación. 9. Seguridad en dispositivos. 10. Hacking ético. 11. Privacidad, amenazas sociales. 12. Ciberseguridad industrial. 13. Tendencia de futuro (Posible intervención de un hacker).

TEMA 11. Internet de las cosas

1. Conceptos básicos, definición y evolución histórica. 2. Funcionamiento de la conectividad de los objetos. 3. Sensorización y conectividad celular, satelital y Small Cells. 4. Domótica. 5. Smart Cities. 6. Escalabilidad, ubicuidad. 7. Autonomía energética. 8. Agricultura de precisión. 9. Salud conectada. 10. IoT en la industria 4.0. 11. Tipos de sensores. Arduino. 12. Captura y transmisión de la información. 13. Casos de uso. 14. Tendencias de futuro

TEMA 12. Cloud y Centros de datos

1. Conceptos básicos, definición y evolución histórica. 2. Cómo funciona. 3. Edge computing. 4. Tipos de nubes: publica, privada, híbrida, multicloud. 5. Seguridad, normativa y soberanía estratégica. 6. Principales jugadores. 7. Cómo funciona un data center. 8. Big Data. 9. Relevancia en IA. 10. El futuro del cloud y los data centers

TEMA 13. Realidades mixtas y gemelos digitales

1. Introducción y nociones básicas. 2. Analogías y diferencias entre realidad mixta, aumentada, virtual. 3. Nacimiento y caída del metaverso. 4. Computación espacial. Casos de uso. 5. Hardware y software: Visores y tendencias. Smartglass. 6. Sensores: giroscopios, acelerómetros, GPS, cámaras de profundidad (ToF, LiDAR). 7. Gemelos digitales y casos de uso industriales. 8. Gemelos digitales en verticales de salud, formación, turismo... 9. ComfyUI, Gaussian Splatting y otras tecnologías disruptivas.

TEMA 14. Economía de las aplicaciones. Redes sociales.

1. Definición y semblanza histórica. 2. La economía de la atención. 3. Modelos de negocios, gratuita, freemium, programática, suscripción. 4. Economía de los datos, perfiles y creación de valor 5. Prestaciones de los agentes de IA en el ecosistema de las aplicaciones. 6. Economía colaborativa, impacto reciente y tendencias de futuro. 7. Jugadores del ecosistema. Community managers, influencers. 8. Regulación, impacto social. 9. Duopolio Apple y Google. 10. Impacto de la IA en las redes sociales y aplicaciones. 11. Principales riesgos. El scroll infinitivo, desinformación, polarización, salud mental. 12. Redes sociales del futuro

TEMA 15. Internet del futuro

1. De dónde venimos y hacia dónde vamos 2. Internet de los sentidos 3. Impresión 3D y periféricos sensoriales 4. Tecnologías hápticas, Interfaces piel-máquina, abrazos digitales 5. Cirugía remota. 6. Entornos inmersivos 7. Mundos virtualizados 8. Soberanía tecnológica 9. Futuro del comercio electrónico 10. Interfaces cerebro-Internet. Neuralink 11. Tendencias del teletrabajo y videoconferencias

TEMA 16. Desconexión digital.

1. Analfabetismo analógico. 2. Higiene digital. 3. Nomofobia, Phubbing. 4. Métricas de consumo de pantallas. 5. Dependencias y adicciones, Auditoría digital personal. 6. Hiperconectividad. 7. Coste del multitasking digital, Atención fragmentada. 8. Fomo, problemas físicos y mentales. 9. Regulación. Derecho a la desconexión digital. Derecho al olvido. 10. Minimalismo digital. 11. Generación scroll. 12. Tendencias de futuro

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán actividades académicas dirigidas consistentes en alguno de estos aspectos:

****CREACIÓN DE NEGOCIO CON BASE TECNOLÓGICA****

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Simulación de creación de un startup con base tecnológica que incorpore tecnologías analizadas durante el curso

1.1 Trabajo en grupo interdisciplinar. Concebir y desarrollar la idea de una empresa emergente, con base tecnológica. Análisis de competencia, DAFO, posibilidad real de llevarla al mercado, Campaña de marketing para el lanzamiento. Ideas para conseguir financiación. 1.2. La idea y el equipo deben estar aprobados por el profesor. 1.3. Abrir un equipo en Teams (incluido en el pack de office 365 de los alumnos), claramente identificado con el nombre del proyecto, grupo, grado y nombre de los integrantes; incluir al profesor en el grupo para el seguimiento durante el curso, parte de la nota es el uso regular e individual de esta herramienta (aportación al equipo). 1.4. La presentación será una combinación de un 'elevator pitch' (10, minutos) y una ronda de financiación hipotética (la nota depende del 'capital' levantado entre los compañeros). 1.5. La nota será la media del dinero conseguido en la 'ronda de financiación' (tanto por ciento), la nota individual, el uso de TEAMS, y la presentación (nota individual).

TRABAJO COLABORATIVO SOBRE 20 NUEVAS TECNOLOGÍAS

Actividad Dirigida 2 (AD2): "*Qué podemos esperar en el futuro de 20 tecnologías disruptivas"*

2.1 Presentación oral en el aula de trabajos monográficos bajo el título "Qué podemos esperar en el futuro de 20 tecnologías disruptivas" 2.2 El profesor distribuye aleatoriamente 20 conceptos tecnológicos entre los alumnos distribuidos en grupos de dos o tres personas. Cada uno de estos grupos deberá exponer el contenido públicamente durante 10 minutos, sin apenas apoyo documental. La estructura será igual para todos: ¿cómo funciona una determinada tecnología? y ¿cómo se imaginan que evolucionará en el futuro?

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)
AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	**150**	**60**

3.2 Materia con carácter virtual

MATERIA CON CARÁCTER	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es síncrona?	Horas totales	Horas de interactividad síncrona
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)

VIRTUAL	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		**150**	**15**

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%

SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Muñoz Vera, G. y Sánchez Rojo, E. (2019). *Big data como activo de negocio.* Madrid: Anaya Multimedia.
Torres, J. (2023). *La inteligencia artificial explicada a los humanos*. Barcelona: Plataforma

Editorial.
Ronco Viladot, V. y Callejo González, C. (2020). *Criptomonedas para dummies*. Barcelona: Para Dummies.
Klaus Schwab. 2016. *La cuarta revolución industrial.* Davos. Debate.
Preukschat, A. (2017). *Blockchain: la revolución industrial de Internet.* Barcelona: Gestión 2000.
Santiago Moreno, I. (2016). *La economía de blockchain: Los modelos de negocio de la nueva web.* España: Kolokium
Ríos Insua, D. y Gómez-Ullate Oteiza, D. (2019). *Big data: conceptos, tecnologías y aplicaciones*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas / Los Libros de la Catarata
Mayer-Schönberger, V. y Cukier, K. (2013). *Big data: La revolución de los datos masivos.* Madrid: Turner.
Preukschat, A. (2017). *Blockchain: la revolución industrial de Internet.* Barcelona: Gestión 2000.
Susana García, A. (2024). *IA desde cero: Inteligencia artificial explicada de forma fácil.* Madrid: Amazon Digital Services LLC – KDP.
Almirall, E. (2025). *Qué hacer cuando todo cambia: Esquiva la irrelevancia y aprovecha la era de la IA generativa*. Barcelona: Editorial Planeta
Marcus, G. (2025). *Frenar a Silicon Valley: Cómo las Big Tech se aprovechan de nosotros y cómo la inteligencia artificial puede empeorarlo*. Barcelona: Shackleton Books
Weber, L. (2010). *Marketing en las redes sociales: Cómo las comunidades de consumidores digitales construyen su negocio.* México D. F.: McGraw-Hill.
López Menacho, J. (2021). *La generación like: Guía práctica para madres y padres en la era multipantalla.* Madrid: Los Libros de la Catarata.
Vilanova, N. y Ortega, I. (2017). *Generación Z: Todo lo que necesitas saber sobre los jóvenes que han dejado viejos a los millennials*. Barcelona: Plataforma Editorial.
Bradford, A. (2024). *Imperios digitales: La batalla global por la tecnología que marcará la geopolítica del futuro.* Barcelona: Shackleton Books.
Andrei, A. (2015). *La red de todo: Internet de las cosas y el futuro de la economía conectada.* [s. l.]
Adamssen, J. (2020). *Inteligencia artificial: Aprender sobre chatbots, robótica y otras aplicaciones comerciales*. [s. l.]: Efalon Acies.
Santaolalla, J. (2017). *Inteligencia física: Aprende a ver el mundo con la mente de un físico*. Barcelona: Plataforma Editorial.
Wilkins, N. (2019). *Inteligencia artificial: Lo que usted necesita saber sobre el aprendizaje automático, robótica, aprendizaje profundo, Internet de las cosas, redes neuronales, y nuestro futuro*. [s. l.]: Bravex Publications.
Olsson, B. (2020). *Física cuántica para principiantes: Los fenómenos más impresionantes de la física cuántica facilitados, la ley de atracción y la teoría de la relatividad.* [s. l.]: Mikan LTD
Tascón Ruiz, Á. M. y Coullaut Santurtún, A. (2016). *Big data y el Internet de las cosas: Qué hay detrás y cómo nos va a cambiar.* Madrid: Los Libros de la Catarata.

Bibliografía recomendada

Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID
Fundación Telefónica (2021) Historia de las telecomunicaciones. Madrid. Telefónica PDF
García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos*. Madrid: Planeta
Harari, Yuval Noah (2016) Homo Deus Breve historia del mañana. Barcelona. Debate
Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores.* Barcelona: Editorial Debate
Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo.* Barcelona: Ariel
Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet.* Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta
Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google.* Madrid: Editorial Aguilar
Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides.* NJ: Hurs Farm Books, Chatham
Tenorio, Santiago (2021). *5G Soñemos juntos*. Madrid: Editorial El Viso Media
VV.AA. (2016). *La revolución digital*. Madrid: IEE Instituto de Estudios Económico

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Antonio Lorenzo Sancayo
Departamento	Departamento en Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Ciencias de la Información, periodismo
Correo electrónico	alorenzosa@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Antonio Lorenzo es director de la revista I&A y Tecnología de elEconomista y editor jefe de tecnología y telecomunicaciones del diario elEconomista. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y actual doctorando en Periodismo por la misma universidad. Acumula 37 años de experiencia en prensa económica, tras su paso en La Gaceta de los Negocios, donde ejerció de jefe de sección de Empresas y desde 2007 hasta la fecha forma parte del equipo de elEconomista. Ha moderado y conducido más de un centenar de debates y encuentros empresariales y ha recibido una decena de premios periodísticos, en su mayoría en el ámbito tecnológico, entre ellos Premio Vodafone y Accenture de Periodismo, Periodista Tecnológico del año y otros premios de Ametic, Autel, Astic, ESET, Masvoz y Seguridad Social.

Tendencias digitales

Grado en Marketing
2025-26

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Tendencias digitales

Titulación: Grado en Marketing

Carácter: Básica

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / Virtual

Créditos: 6 ECTS

Curso: 2025-26

Semestre: 4º

Profesores/Equipo Docente: D. Víctor Magariño Peñalba (Grupo de Madrid-Princesa) CADE+MAK

1. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y contenidos

K2. Reconocer las técnicas y estrategias de comunicación y marketing digital que se aplican en el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

1.2. Habilidades y destrezas

H5. Usar las herramientas digitales y tecnologías de la información que intervienen en la práctica de acciones comerciales y de marketing.

1.3. Competencias y capacidades

C5. Emplear correctamente las herramientas y tecnologías de la comunicación aplicadas al marketing para el desarrollo de proyectos comerciales y acciones de negocio.

C6. Implementar estrategias de marketing online y comercio electrónico y desarrollar acciones de comunicación e influencia para consolidar la reputación digital.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno

2.2. Descripción de los contenidos

Patrones o desarrollos emergentes en el ámbito de la tecnología digital que tienen un impacto significativo en la sociedad, la economía y la vida cotidiana de las personas.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Sesión 1. Presentación del Profesor y de la Asignatura.
Sesión 2. Introducción al Mundo Digital. Big Tech. Los 7 magníficos.
Sesión 3. Medios de Comunicación Digital I: Introducción. Owned / Earned /Paid
Sesión 4. Medios de Comunicación Digital II. SEO/SEM. Display.
Sesión 5. Medios de Comunicación Digital III. Redes Sociales y Video
Sesión 6. Ponente Invitado.

Sesión 7. Examen parcial: medios de comunicación digital

Sesión 8. Tecnologías de la Información. Introducción / Breve historia
Sesión 9. Telecomunicaciones: breve historia y ecosistema actual.
Sesión 10. Cloud Computing. Elementos. Tipos de cloud. Modelos de negocio.
Sesión 11. Blockchain / Criptos / NFTs / Quantum Computing.
Sesión 12. Introducción Big Data / ML / Inteligencia Artificial.
Sesión 13. IA Generativa. Vive coding. Agentes. Ecosistema Agéntico.
Sesión 14. Ciberseguridad.
Sesión 15. Ponente Invitado.

Sesión 16. Examen Parcial: tecnologías de la información.

Sesión 17. Entorno Legal Digital.
Sesión 18. Comercio digital o electrónico.
Sesión 19. Smart everything: IoT, smart cities, gemelos digitales, domótica, wereables.
Sesión 20. El trabajo en el nuevo mundo digital: tendencias, teletrabajo, knowmads
Sesión 21. El ecosistema de Start Ups digitales. Ideación / Financiación / Ejecución
Sesión 22. El futuro tecnológico-digital.

Sesión 23. Presentaciones trabajo en grupo: Start-Up.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se desarrollarán actividades académicas dirigidas consistentes en alguno de estos aspectos:

- Trabajo 2: Presentaciones A FINAL DE CURSO. DESARROLLO A LO LARGO DE LOS MESES empezando en febrero.

- Trabajo en grupo interdisciplinar. Concebir y desarrollar la idea de una *start up*, con base tecnológica. Análisis de competencia, DAFO, posibilidad real de llevarla al mercado, Campaña de marketing para el lanzamiento. Ideas para conseguir financiación.

  1. La presentación será una combinación de un 'elevator pitch' (10, minutos) y una ronda de financiación hipotética (la nota depende del 'capital' levantado entre los compañeros).
  2. Se hará una campana de Gauss obligatoria en cada equipo (caso de acuerdo previo, la nota será 0)

3 ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍAS DOCENTES

3.1 Materia con carácter presencial

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales	(% presencialidad) Horas presenciales (8-12)
AF1 Clases de teoría y práctica	45	45 (100%)

AF2 Trabajo personal del alumno	90	0 (0%)
AF3 Tutorías	7,5	7,5 (100%)
AF4 Evaluación	7,5	7,5 (100%)
Total	**150**	**60**

3.2 Materia con carácter virtual

MATERIA CON CARÁCTER VIRTUAL	ACTIVIDADES FORMATIVAS	¿Es síncrona?	Horas totales	Horas de interactividad síncrona
	AF1 Clases de teoría y práctica	Sí	45	9 (20%)
	AF2 Trabajo personal del alumno	No	90	0 (0%)
	AF3 Tutorías	Sí	7,5	4,5(60%)
	AF4 Evaluación	Sí	7,5	1,5 (20%)
	Total		**150**	**15**

4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

4.1 Sistemas de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

4.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE2 Prueba parcial	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%
SE4 Prueba objetiva final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Presencial	Ponderación
SE1 Asistencia, y participación	10%
SE3 Actividades académicas dirigidas	30%

SE4 Prueba final	60%
Total	100%

Convocatoria ordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE5 Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3 Actividades académicas dirigidas	35%
SE4 Prueba final	50%
Total	100%

Convocatoria extraordinaria	
Modalidad: Virtual	Ponderación
SE3 Actividades académicas dirigidas	40%
SE4 Prueba final	60%
Total	100%

4.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

4.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

5 BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Del Rivero, M. (2017). Smart Cities: Una visión para el ciudadano. Madrid: Editorial LID
- Fundación Telefónica España. (2015). Sociedad digital en España 2020 (Digital). Madrid.
- Fundación Telefónica España. (2015). Profesiones digitales (Big Data) (Digital). Madrid.
- Gilpérez, Luis Miguel (2020). España 5.0. Vizcaya. Editorial Versus
- Huidobro, J. M. (2011). Radiocomunicaciones. Viajando a Través de las Ondas Ciencia Divulgativa. Creaciones Copyright.
- Rissoan, Romain (2019). Redes sociales. Comprender y dominar las nuevas herramientas de comunicación (5ª edición). Ediciones ENI

Bibliografía recomendada

- Del Rivero, M (2017) *Smart Cities: una visión para el ciudadano*. Madrid. Editorial LID
- Fundación Telefónica (2021) *Historia de las telecomunicaciones.* Madrid. Telefónica PDF
- García, M. (2017) *El fin del mundo tal y como lo conocemos.* Madrid: Planeta
- Harari, Yuval Noah (2016) *Homo Deus Breve historia del mañana*. Barcelona. Debate
- Isaacson, W. (2011) *Steve Jobs.* Barcelona: Editorial Debate
- Isaacson, W. (2014) *Los Innovadores.* Barcelona: Editorial Debate
- Pisani, F. (2016) *Creadores de futuro. De la innovación en el mundo.* Barcelona: Ariel
- Preukschat, A. (coord.) (2017) *Blockchain. La revolución industrial de internet.* Madrid: Gestión 2000, Grupo Planeta
- Schimdt y Rosemberg. (2015) *Cómo trabaja Google.* Madrid: Editorial Aguilar
- Senor D.(2014) *Start up Nation.* Madrid: Autor Editor
- Suárez, A. (2012) *Desnudando a Google.* País Vasco: Deusto
- Tagg, J. (2015) *Ya sueñan los androides.* NJ: Hurs Farm Books, Chatham
- Tenorio, Santiago (2021). 5G Soñemos juntos. Madrid: Editorial El Viso Media
- VV.AA. (2016). *La revolución digital.* Madrid: IEE Instituto de Estudios Económicos

Otros recursos

- **Techcrunch.com (Actualidad internacional)**
- **No Mercy No Malice Prof. Scott Galloway**
- **mobileworldlive.com** (Boletín diario de la GSMA)
- Colección lo + visto de Telefónica
  Entre otros títulos: Inteligencia artificial, drones, Blockchain, Realidad Aumentada, etc.
- Revista Telos
- Zonamovilidad.es (Actualidad tecnológica nacional e internacional)
- Autoconectado.es
- Blogthinkbig.com
- gsmarena.com (Actualidad sobre terminales)
- iabspain.es/investigacion/busca-tu-estudio/ (Estudios sobre publicidad)
- aeacp.es/ (Asociación Española de Agencias de Comunicación y Publicidad)
- aedemo.es/ (Asociación Española de Estudios de Marketing)
- infoadex.es/ (información de audiencias y anunciantes)

6. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Victor Magariño Peñalba
Departamento	Departamento en Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Derecho. MBA´s 1991 (ESDEN) y 2022 (ThePower)
Correo electrónico	vmagarino@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	El profesor Víctor Magariño acumula más de 30 años de experiencia multinacional en puestos de liderazgo en **Marketing, Ventas y Consultoría**, creando y desarrollando equipos multiculturales de alto rendimiento y gestionando importantes marcas de bienes de consumo. Entre estas empresas se incluyen **McDonnell Douglas, Cadbury Schweppes, NBC Universal y Google**. Desde la sede europea de Google (Dublín), Víctor supervisó las ventas de mid-market en seis países, gestionando un equipo de más de 50 Googlers talentosos y altamente cualificados. Durante los últimos 14 años, Víctor ha trabajado en sectores relacionados con **la tecnología**, especializándose en computación en la nube, soluciones SaaS y EdTech. En 2023, se unió a Brainstorm 3D, empresa pionera y líder en software de VR, AR y XR 3D, como **Senior Advisor**. Durante 30 años, Víctor ha combinado su vida profesional con **actividades académicas y conferencias** magistrales que abarcan formación de grado, posgrado y ejecutiva. Desarrolló el Programa Ejecutivo de Transformación Digital en **Esade Business School**. Profesor de Marketing y Comunicación Corporativa en la **Universidad de Nueva York (NYU Stern)** y de Marketing Digital en la **Universidad Carlos III**. Profesor de Marketing Internacional durante 10 años en el prestigioso programa de MBA de **ICEX-CECO** (UIMP). Víctor es panelista semanal en el programa de radio Afterwork de **Capital Radio** todos los jueves a las 19:30 h desde hace más de una década. En 2025, Víctor lanzó **Tech Meets Humor**, una iniciativa en clave de humor centrada en el impacto de la tecnología en nuestra sociedad. Víctor es **licenciado en Derecho** por el CEU San Pablo (1985-90) y tiene **dos MBA** de la Escuela de Negocios - ESDEN (1991) y The Power Business School (2022).