

Cursos de postgrado

Curso académico 2014-2015

Los secretos de la publicidad en Internet. Como crear arte publicitario para la Web

del 16 de diciembre de 2014 al 31 de mayo de 2015

20 créditos

DIPLOMA DE EXPERTO UNIVERSITARIO

Características: material impreso, material multimedia, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control

E.t.s. de Ingenieros Industriales

PROGRAMA DE POSTGRADO

Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y
Certificado de Formación del Profesorado.

Curso 2014/2015

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

Máster: mínimo de 60 ECTS.

Diploma de Especialización: mínimo de 30 ECTS.

Diploma de Experto: mínimo de 15 ECTS.

Certificado de Formación del Profesorado: 6 ECTS.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Destinatarios

El curso está orientado a aquellos titulados medios y superiores, o que hayan superado el equivalente a un primer ciclo universitario, que estén interesados en la gestión y supervisión de proyectos en general y de desarrollo de software en particular, adquiriendo habilidades como consultor, tanto para iniciarse como para ampliar conocimientos, y que por motivos laborales, o de cualquier otra naturaleza requieren seguir una metodología didáctica no presencial.

1. Presentación y objetivos

Internet establece un espacio nuevo en el que se replican, respecto del mundo real, todos los paradigmas de comunicación.

La World Wide Web se ha convertido en una de las principales vías para que las empresas se comuniquen con el público.

La publicidad se ha trasladado parcialmente desde los soportes clásicos a Internet.

El presente curso muestra las técnicas utilizadas para hacer que la publicidad digital llegue a todos los clientes potenciales.

Desde el diseño de los diferentes elementos multimedia que atraen la atención del público al tiempo que informan de los productos, hasta las diferentes maneras de establecer contacto digital con el público de una forma interactiva y eficiente: arte, videos, redes sociales...

2. Contenidos

Márketing digital.

Técnicas de publicidad a través de la Web.

Diseño de elementos publicitarios para la Web.

Arte digital.

3. Metodología y actividades

No existen actividades presenciales obligatorias. La evaluación se realizará basándose en las pruebas de autoevaluación (estudio continuado a lo largo del curso) y el trabajo final, existiendo una serie de actividades complementarias y voluntarias como son la emisión de programas de radio, las conferencias por videoconferencia y las visitas a empresas relacionadas con el mundo de las comunicaciones. Se recomienda una dedicación mínima al curso de 10 horas/semanales.

4. Material didáctico para el seguimiento del curso

4.1 Material obligatorio

4.1.1 Material en Plataforma Virtual

Diversos manuales, guías didácticas y enunciados de ejercicios.

4.1.2 Material enviado por el equipo docente (apuntes, pruebas de evaluación, memorias externas, DVDs,)

La ciencia del nuevo marketing

DAN ZARRELLA

ANAYA MULTIMEDIA

Lider Digital: 5 claves para conseguir el éxito (social media)

ERIK QUALMAN

ANAYA MULTIMEDIA

Márketing Digital: Márketing movil, SEO y analítica Web

VV.AA.

ANAYA MULTIMEDIA

Marketing con YouTube

MICHAEL MILLER

ANAYA MULTIMEDIA

Este material será abonado por el alumno junto a la matrícula del curso.

4.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

4.2.1 Otros Materiales

Diversas aplicaciones de software

5. Atención al estudiante

La atención al alumno se realizará, a través del servidor del curso instalado en la plataforma aLF y al que el alumno puede acceder por Internet: es lo que se denomina tutoría telemática. Estas consultas a través del correo electrónico se pueden dirigir tanto al profesor del curso, como al administrador del sistema o al coordinador del curso según la naturaleza de la consulta. Además, para casos en los que no sea posible la comunicación a través del correo electrónico, existe la posibilidad de contactar telefónicamente con el profesor (913-987-787) o con el coordinador (913-987-780), los miércoles de 10 a 14 h, lo que permite atender cualquier tema urgente que le surja al alumno. Se programará la emisión de un programa radiofónico específico para este curso, siguiendo la línea de uso de medios de comunicación existente en la UNED. La fecha y hora de las emisiones se comunicará en su momento, con la debida antelación. Consulte la Guía de Medios Audiovisuales de la UNED para una información más detallada. Igualmente está prevista la celebración de sesiones presenciales con formato de seminario y foro de discusión abierta, así como la visita a alguna empresa del sector de las comunicaciones. Estas actividades presenciales son totalmente voluntarias. En caso de que provisionalmente el estudiante tenga problemas con la plataforma virtual puede utilizar el correo electrónico: profesor-bd@ieec.uned.es

6. Criterios de evaluación y calificación

La calificación final se atenderá a lo que establece el Reglamento de Estudios de Educación Permanente de la UNED).

Teniendo en cuenta la metodología propuesta para el curso y el número de alumnos por profesor, la evaluación será continua atendiendo y ponderando en cada caso el trabajo del alumno según: - Consultas y participación en la tutoría telemática (con un 10% aproximadamente de la nota final). - Pruebas de evaluación a distancia (tres) (un 60% de la nota final). - Trabajo Fin de Curso (un 30% de la nota final).

7. Duración y dedicación

El curso se extiende a lo largo de 5 meses y medio.

La dedicación necesaria es variable dependiendo del grado de maestría que se desee adquirir. Se requiere un mínimo de 3 horas semanales.

Del 16/12/2014 al 31/05/2015

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

MORA BUENDIA, CARLOS JORGE DE

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

PEREZ MOLINA, CLARA MARIA

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

SESSLER SMALL, JHON

9. Precio del curso

Precio de matrícula: 1.100,00 €.

Precio del material: 300,00 €.

10. Descuentos

10.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en [este enlace](#).

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

11. Matriculación

Del 5 de septiembre de 2014 al 13 de enero de 2015.

Información

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>

12. Responsable administrativo

Negociado de Especialización.